

BAB I

PENDAHULUAN

1.I. Latar Belakang

Laporan Kerja Praktik ini penulis mengangkat judul mengenai: "*Aktivitas Produksi Videografi Production House CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya)*". Selama kurang lebih empat bulan mulai dari bulan Juni hingga September penulis merasakan suasana kerja bersama CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya), yang juga adalah sebuah rumah produksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, rumah produksi memiliki arti: tempat memproduksi film atau klip video.

CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) berdiri tiga tahun lalu, tepatnya 25 Februari 2019. Bermula dari sekumpulan hobi anak kuliah akan videografi dan fotografi, maka terciptalah rumah produksi ini. Adalah Jonathan Revandi, Nathanael Joy, dan Stefanus Irfan mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang saat itu masih semester lima sebagai pendirinya. Bermula dari tiga orang, kini mengalami perkembangan hingga menjadi delapan orang belum termasuk kru lepas. Lokasi "*basecamp*" berada di Jl. Wiyung no 19 Surabaya.

Penulis memilih melakukan magang atau kerja praktik bersama CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) karena menyukai hal yang serupa, yaitu videografi dan fotografi sebagaimana rumah produksi ini berkarya. Penulis suka untuk mengabadikan kegiatan, mulai dari kegiatan traveling, kumpul bersama teman atau keluarga, bermain musik, melakukan hobi, beribadah, dan masih banyak lagi.

Setiap kegiatan dokumentasi tersebut juga terkadang penulis mencoba untuk melakukan proses editing yang terkadang akan diunggah ke media sosial. Baik proses pengambilan gambar hingga editing, penulis merasa *enjoy* dan ingin memberikan yang terbaik.

Penulis akhirnya tertarik untuk mencoba melakukan kerja praktik dengan CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya), berhubung juga merupakan senior di perkuliahan. Salah satu yang membuat penulis ingin melakukan magang di CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) adalah karena karya dan hasil yang dibuat memiliki kekhasan sendiri dan nilai estetika tersendiri. Ditambah pula kreativitas dari video yang diterbitkan membuat penulis ingin belajar lebih banyak mengenai videografi secara keseluruhan.

CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) sudah mengalami dua kali perubahan struktur organisasi. Ketika awal terbentuk, hampir setiap orang melakukan lebih dari satu *job description*, yang membuat pekerjaan malah tidak terfokus dan terkesan terbengkalai. Hingga akhirnya awal tahun 2021 mengalami perombakan dengan bertambahnya juga jumlah kru yang ada. Penambahan *jobdesc* juga semakin beragam untuk perkembangan rumah produksi tersebut.

Rumah produksi adalah istilah umum dalam industri kreatif yang merujuk kepada perusahaan yang menyokong produksi karya-karya audio, visual, audiovisual, dan acara televisi atau radio sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku di suatu negara. Definisi lain menurut Laksono (dalam Rezki, 2020), rumah produksi merupakan sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan

keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, baik secara langsung maupun melalui *broadcasting house*. PH juga mengelola informasi gerak atau statis di mana informasi yang didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yang ada.

Di Indonesia, pada awalnya rumah produksi dimulai sejak adanya TVRI sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia. Dan setelah itu bermunculanlah stasiun-stasiun televisi swasta yang membuat usaha di bidang ini menjadi semakin populer. Pelaku usaha berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan kreativitas, ide-ide segar, termasuk acara yang disiarkan sehingga dapat banyak menarik penonton. Beberapa tahun ke belakang rumah produksi tidak hanya terbatas pada stasiun televisi saja, karena sekarang banyak ditemukan pelaku usaha yang memiliki kriteria sebagai “rumah produksi” seperti yang penulis sebutkan di awal.

Dalam laporan kerja praktik ini, penulis lebih berfokus melakukan tugas videografi pada setiap proyek yang dibuat oleh CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya). Proses videografi ini dibutuhkan untuk memperdalam hasil produksi yang dibuat sehingga tidak hanya audiovisual saja, selain itu juga sebagai bentuk promosi dan dokumentasi dari rumah produksi ini sendiri. Namun dalam kerja praktik ini penulis tidak hanya ingin mempelajari lebih dalam mengenai aktivitas videografi dalam rumah produksi, tetapi juga pengambilan dan teknik gambar dalam video, proses *directing*, *editing*, survei lokasi, dan juga *post-production*.

Hal-hal aktivitas tersebut penulis bisa rasakan dan belajar sendiri bersama rekan-rekan dari CV Tjipta Kreasi Bangsa.

Alasan penulis melakukan kerja praktik di rumah produksi CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) karena eksistensinya di dunia jasa videografi mampu bersaing dengan para pemain lama. Kliennya pun beragam, mulai dari selebgram Surabaya hingga artis Ibukora. Selain itu institusi yang pernah menggandeng CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) juga bergengsi, seperti Universitas Surabaya, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Vasa Hotel, Bank Jatim, Boga Group, Xavier Marks, Shoji Land, dan masih banyak lagi. Selain itu klien yang paling jauh yang pernah bekerjasama adalah dari Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Dalam melakukan kerja praktik yang dilaksanakan selama kurang lebih empat bulan dari pertengahan Juni hingga pertengahan September 2022, jam kerja yang penulis jalani adalah fleksibel tergantung project yang dikerjakan. Tidak monoton seperti kantoran 8 to 5, melainkan hari dan jam yang disesuaikan dengan klien maupun kebutuhan dari CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) sendiri.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dilaksanakan penulis adalah konsentrasi media dengan tema aktivitas produksi videografi dalam rumah produksi CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya)

I.3 Tujuan Kerja Praktik

- a. Untuk mengetahui bagaimana CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya) melakukan aktivitas videografi untuk keperluan dokumentasi.
- b. Untuk mencari pengalaman kerja khususnya bidang media

I.4 Manfaat Kerja Praktik

- a. Menambah pemahaman aktivitas fotografi dalam rumah produksi CV Tjipta Kreasi Bangsa (Tjipta Karya)
- b. Menambah pemahaman mengenai pekerjaan di rumah produksi

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Rumah Produksi

Rumah produksi adalah istilah umum dalam industri kreatif yang merujuk kepada perusahaan yang menyokong produksi karya-karya audio, visual, audiovisual, dan acara televisi atau radio sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku di suatu negara. Definisi lain menurut Laksono (dalam Rezki, 2020), rumah produksi merupakan sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, baik secara langsung maupun melalui *broadcasting house*. PH juga mengelola informasi gerak atau statis di mana informasi yang didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yang ada.

Di dalam rumah produksi ada beberapa peran yaitu sebagai pencipta seni yang merupakan pengagas dari suatu karya, pelaku seni yaitu beberapa orang

praktisi yang membantu melancarkan pembuatan karya, pengelola seni yaitu beberapa orang dalam tugasnya sebagai unit manajer yang bekerja untuk mengelola produksi, keuangan, dan pemasaran (Ratnasari, 2022:4).

Rumah produksi memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lain, di antaranya:

1. Masa kerja relatif 24 jam sehari
2. Tidak bekerja berdasarkan birokrasi
3. Aturan luwes
4. Demokratis, kreatif, saling menghargai, saling percaya, dan saling pengertian di antara pimpinan dan pelaksana.

Masih menurut Laksono (dalam Ayuningtyas) rumah produksi (PH) menurut jenisnya terbagi menjadi:

1. PH Agency

PH Agency merupakan sebuah rumah produksi yang sebagian besar kegiatannya tidak memproduksi suatu program secara langsung, melainkan melalui rumah produksi lain atau dengan kata lain ia di sini hanya sebagai perantara. Walaupun ia melakukan kontrak dengan stasiun televisi, namun ia tidak membuat sendiri produk yang dijualnya. Selain itu PH ini terkadang juga menjadi satu atau sebagai bagian dalam perusahaan periklanan, di mana untuk iklan yang akan tayang sebagai sponsor suatu paket program acara biasanya dapat tayang melalui PH ini.

2. PH Produksi

Merupakan sebuah rumah produksi yang kegiatan sehari-harinya yang utama adalah memproduksi suatu program baik untuk acara televisi, film layar lebar, profil perusahaan, video klip, maupun iklan media elektronik. Yang kegiatannya dimulai dari perencanaan, *shooting*, *editing* sampai dengan pemasaran produk. Kegiatan PH produksi yang lain yakni menyewakan alat-alat untuk memproduksi program acara (seperti kamera, mesin genset, *lighting* bahkan beberapa pekerja) dan menyediakan/ menyewakan tempat untuk penyelesaian produksi atas suatu program acara (seperti ruangan *editing* dan studio). Kontrak PH Produksi tidak hanya kepada stasiun televisi saja, tapi bisa juga dengan pihak lain atau bahkan independen.

I.5.2 Videografi

Menurut Widada, dkk (2019: 74) videografi merupakan sebuah alat bantu audio visual yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam videografi adalah:

1. Aspect Ratio

Rasio aspek adalah hubungan lebar gambar video dibandingkan dengan tinggi badannya. Dua aspek rasio yang paling umum adalah 4:3, dan 16:9.

Gambar I.1 – Rasio Aspek 16:9



Sumber: Video Tjipta Karya

2. Frame Size

Lebar dan tinggi frame video disebut dengan frame size. Sedangkan untuk mengukur gambar menggunakan satuan pixel, atau dalam Audio Video frame size disebut resolusi sebuah frame. Makin tinggi sebuah resolusi dalam suatu gambar, maka semakin besar pula kebutuhan memori untuk membaca sebuah informasi tersebut. Frame size juga disebut sebagai resolusi dari sebuah gambar/video.

3. Penggunaan Kamera

Ada 3 jenis kamera yang kita kenal yaitu: kamera foto, kamera film/movie, dan kamera video. Ketiga jenis kamera tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda. Perbedaannya terutama pada aspek bahan penyimpan gambar dan proses terjadinya gambar. Untuk kamera foto dan kamera film bahan bakunya menggunakan pita seluloid untuk analog, sedangkan digital menggunakan media memory atau hard disk. Sedangkan untuk kamera

video menggunakan bahan baku kaset video untuk analog, menggunakan memory atau hard disk (Bonafix, 2011:846).

4. Shot

Shot adalah unsur terkecil dalam sebuah video, yang mengandung makna. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar yaitu: factor manusia, factor ruang, factor waktu, factor peristiwa dramatic, dan factor suara (Bonafix, 2011: 849).

Gambar I.2 - Shot



Sumber: Video Tjipta Karya

5. Camera Angle

Posisi kamera yang mengarah pada obyek tertentu berpengaruh terhadap makna dan pesan yang akan disampaikan. Banyak juru kamera tidak terlalu memperhatikan sudut pandang kamera, karena dianggap sepele. Sudut pengambilan high angle berbeda dengan low angle. Pada prinsipnya

teknik pengambilan gambar meliputi sudut pengambilan ukuran shot, gerakan obyek dan gerakan kamera.

Sudut pengambilan gambar ada lima macam yaitu itu bird eye view, high angle, eye level, low angle, dan frog eye. Masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda sehingga karakter dan pesan yang dikandung tiap shot akan berbeda pula.

Gambar I.3 – Angle Bird View



Sumber: Video Tjipta Karya

I.5.3 Produksi Videografi

Dalam buku Video Editing dan Video Production (2008:2) dijelaskan bahwa video produksi adalah usaha produksi di bidang multimedia yang khusus menangani kebutuhan pemrosesan video. Macamnya banyak sekali, dapat dalam bentuk transfer video, editing video, dokumentasi even, company profile, pembuatan iklan atau film pendek, dan lain sebagainya.

Selain memperhatikan pengambilan gambar yang adalah tahapan produksi, ada

pula yang harus diperhatikan dalam pembuatan video. Tahapan lainnya adalah sebelum dan sesudah produksi, yang disebut dengan pra-produksi dan pasca- produksi. Menurut Oxza dan Ardoni (2019:328) pra-produksi yaitu tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahap yang sangat penting karena tahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk produksi video dilakukan. Produksi merupakan tahap pelaksanaan segala proses yang telah dirancang sebelumnya pada tahap pra-produksi. Pelaksanaan tahap produksi tersebut dimulai pada awalnya setelah ada rancangan untuk dijadikan ke dalam bentuk audiovisual. Pasca-produksi merupakan tahap melakukan proses penyusunan dan merangkai setiap hasil gambar yang telah diambil pada tahap produksi.

Menurut Masdudin (2011:39) pembuatan video tidak akan menjadi sesuatu hal yang sia-sia. Untuk membuat sebuah video, beberapa tahapan yang dapat diperhatikan adalah:

1. Praproduksi

Adalah segala kegiatan atau persiapan sebelum kita memproduksi video/film. Dalam praproduksi semua hal yang menyangkut pembuatan video direncanakan dengan saksama, sehingga apa yang akan dilakukan ke depannya dapat dilakukan sesuai yang telah direncanakan. Beberapa hal yang menyangkut pra produksi yaitu: menentukan jenis video, memilih sumber cerita, menentukan format film, merencanakan awal menuju pengambilan gambar, membuat rancangan anggaran dan pencarian dana.

2. Produksi

Setelah semua peralatan produksi disiapkan, maka langkah selanjutnya adalah pengambilan gambar. Segala yang dibutuhkan seperti melakukan setting tempat, mengatur properti, peralatan kamera dan semua perlengkapan harus sudah siap. Semua

kegiatan harus sesuai dengan apa yang ada dalam jadwal dan ditulis dalam *script breakdown*. Pengambilan gambar dilakukan shot adegan per adegan. Saat proses produksi, semua elemen haruslah dipastikan bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing.

3. Pasca Produksi

Yaitu proses yang harus dilalui setelah proses pengambilan gambar selesai. Diperlukan pemilihan gambar jika dibutuhkan lebih dari satu kamera, lalu menyesuaikan dengan suara-suara tambahan yang diperlukan, lalu tahap penyuntingan dengan *software editing video*. Dalam proses penyuntingan tentu saja adanya penggabungan bagian audio, baik berupa dialog ataupun elemen pendukung lainnya seperti musik, efek-efek pendukung dan lain-lain.