

Pembuatan Web Series “WFH: Webseries From Home” Bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang

Nadya, Nurul Hasfi

nadyabaw@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Pada saat situasi pandemi Covid-19, Pemerintah menjadi garda terdepan untuk berbagai penyelesaian pandemi termasuk juga informasi pandemi Covid-19 bagi masyarakat Indonesia. Pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 membuat banyak sekali perubahan dalam kehidupan sosial. Kebiasaan-kebiasaan yang pada akhirnya tidak dapat dilakukan terlebih dahulu, seperti berkerumun dan pembatasan-pembatasan bersosial tentunya menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat luas. Dalam hal ini, Pemerintah Kota Semarang pada bagian Dinas Komunikasi dan Informatika berupaya untuk selalu memberikan informasi yang *fresh* dan akurat mengenai pandemi Covid-19. Dalam berjalannya waktu, perlunya dilakukan pembaharuan dalam proses penyampaian informasi untuk dapat memberikan rasa aman dan nyaman untuk masyarakat dalam menerima informasi tersebut.

Kemajuan teknologi yang ada pada saat ini merupakan hal yang dapat menolong namun juga perlu dengan keawasan dalam menggunakannya, terlebih dalam situasi dan kondisi yang tidak biasa. Pandemi Covid-19 membuat banyak sekali misinformasi yang terjadi ditengah masyarakat. Hal ini perlu sekali menjadi *concern* bagi seluruh pihak, juga Pemerintah. Karya Bidang ini selaras dengan tujuan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang dalam memberikan informasi dan arahan terkait dengan pandemi Covid-19 dengan bentuk media yang lebih baru.

Karya Bidang ini merupakan hasil dari mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro yang bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang. Karya Bidang ini berbentuk Webseries dengan Judul “WFH: Webseries From Home” dan

diupload dalam laman Youtube Semarang Pemkot, *youtube channel* milik Pemerintah Kota Semarang. Dalam prosesnya, penulis mempunyai beberapa jobdesk dari pembuatan Webseries From Home, diantaranya, Produser, Sutradara, Penulis Naskah, *Director of Photography* dan Editor Video. Dikerjakan dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun, Webseries From Home telah rilis sebanyak 20 episode dalam 2 seasons. Dalam setiap episodenya Webseries From Home mempunyai durasi sekitar 15 menit sampai dengan 20 menit. Tema yang diangkat dalam Webseries From Home tentunya bermacam-macam dengan dikaitkan mengenai situasi Pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Webseries, Webseries From Home, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang, Informasi Covid-19

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic situation, the Government became the frontline for various pandemic solutions including Covid-19 pandemic information for the people of Indonesia. The Covid-19 pandemic that occurred in early 2020 made a lot of changes in social life. Habits that ultimately cannot be carried out first, such as crowding and restrictions on socializing, certainly cause concern for the wider community. In this case, the Semarang City Government in the Communication and Informatics Service section strives to always provide fresh and accurate information about the Covid-19 pandemic. In the course of time, it is necessary to make updates in the process of conveying information to be able to provide a sense of security and comfort for the community in receiving this information.

Technological advances that exist today are things that can help but also need to be careful in using them, especially in unusual situations and conditions. The Covid-19 pandemic has made a lot of misinformation happen in the public. This needs to be a concern for all parties, as well as the Government. The work of this field is in line with the objectives of the Semarang City Communication and Informatics Service in providing information and directions related to the Covid-19 pandemic with newer forms of media.

The work of this field is the result of students of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University in collaboration with the Semarang City Communication and Informatics Service. This field work is in the form of Webseries with the title "WFH: Webseries From Home" and uploaded on the Semarang Pemkot Youtube page, a Youtube channel owned by the Semarang City Government. In the process, the author has several jobdesks from the creation of Webseries From Home; Producer, Director, Scriptwriter, Director of Photography and Video Editor. Worked on in a period of approximately one year, Webseries From Home has released 20 episodes in 2 seasons. In each episode, Webseries From Home has a duration of about 15 minutes to 20 minutes. The themes raised in Webseries From Home certainly vary with being associated with the Covid-19 Pandemic situation.

Keywords: Webseries, Webseries From Home, Semarang City Communication and Information Office, Covid-19 Information

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Pemberian informasi untuk tujuan edukasi masyarakat pada saat ini lebih mudah dilakukan karena pesatnya arus komunikasi berkat adanya sebuah teknologi yang dinamakan internet, membuat banyaknya ide-ide baru bermunculan, ide-ide yang ditantang untuk tampil secara lebih kreatif, lebih *fresh*, mengikuti perkembangan zaman. Laju perkembangan globalisasi sekarang ini berpengaruh pada bagaimana pesan akan disampaikan kepada public, dan bagaimana cara membuat pesan tersebut dengan menarik tanpa mengurangi isi pesan yang ingin disampaikan. Salah satu bidang yang membutuhkan fokus dalam hal ini adalah pembuatan video. Sebuah format video yang saat ini sedang digemari adalah *Web Series*. *Web series* merupakan konten video berkelanjutan. Di Indonesia sendiri, *Web series* yang beredar memiliki berbagai format, ada yang berupa FTV, *tutorial*, *talk show*, *vlog* (video blog), iklan, maupun informasi tentang suatu isu yang dikemas dengan beberapa episode yang akan diunggah ke media *online/web* maupun *youtube* atau media sosial lainnya. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang menjadi penanggung jawab dalam mengelola konten yang ada di channel Youtube tersebut. Merencanakan, membuat,

dan melakukan pelaksanaan dengan fokus kepada isu yang akan diangkat dan tetap

mempertahankan kreativitas sebagai daya tarik bagi *viewers*. *Web series* memiliki proses yang tidak beda jauh dengan proses penciptaan iklan, film pendek dan lain sebagainya karena kreator perlu memikirkan bagaimana pesan yang ingin disampaikan tetap tersampaikan dengan baik kepada *viewers* dengan konsep sebuah series yang tidak membosankan. Dalam melakukan proses kegiatan kreatif, perlu diperhatikan beberapa hal yang menjadi strategi, hal ini agar *brand image* Semarang Pemkot dapat tetap selaras ide-ide yang akan diformulasikan. *Brand Image* adalah persepsi khalayak terhadap perusahaan atau *brand*. Secara umum, apa yang akan ditampilkan akan menjadi apa yang khalayak lihat dan ingat mengenainya.

Berdasarkan fungsi dari Dinas Kominfo dan sebagai perpanjangan dari Pemerintah Kota Semarang untuk menyampaikan informasi-informasi terkini pada saat situasi Pandemi COVID-19 terutamanya, serta semakin pesatnya tingkat kreativitas seseorang dalam menyampaikan sebuah pesan, dan semakin berkembangnya pengguna internet dan meluasnya *web series* yang saat ini banyak dilakukan oleh berbagai instansi, perusahaan,

lembaga, *production house*, dsb. Dinas Kominfo merupakan wadah yang tepat sebagai tempat kami akan melaksanakan Karya Bidang ini. Tersedianya konten *web series* yang berisikan informasi seputar COVID-19 menjadikan sebuah tantangan, sekaligus menjadikan *web series* bukan hanya untuk hiburan akan tetapi juga sebagai media Pemerintah dalam melakukan pendekatannya terhadap masyarakatnya, dengan pengemasan yang berkualitas, menarik, edukatif, informatif diharapkan dapat memunculkan minat masyarakat Kota Semarang untuk mengakses *Web Series* ini yang akan ditayangkan pada channel Youtube Semarang Pemkot secara *online*.

RUMUSAN MASALAH

Karya Bidang ini akan mengakomodasi pada tujuan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang dalam menyampaikan informasi, ajakan, dan tindakan yang sesuai pada saat kondisi Pandemi COVID-19 dengan konsep *web series* yang akan diunggah melalui channel Youtube Semarang Pemkot. *Web Series* ini akan dikemas secara menarik, *fresh*, menghibur, dan tentunya edukatif dengan pesan yang jelas sesuai dengan tema yang akan disampaikan pada setiap episode nya. Sehingga dapat meningkatkan *Awareness, Interest, Desire, Action* dari penonton (*viewers*) untuk menerapkan apa yang akan disampaikan dan tentunya menjadikan masyarakat untuk menyaksikan channel Youtube Semarang Pemkot. Maka dari itu, dengan pengemasan

yang milenial akan tetapi juga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, diharapkan dapat memunculkan perspektif bahwa Dinas Kominfo dibawah Pemerintah Kota Semarang dapat memberikan yang terbaik bagi masyarakatnya.

TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditentukan tujuan dari *webseries* ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat Kota Semarang untuk mengetahui dampak, akibat, bahaya, keresahan, hingga lika liku dari pandemi Covid-19 pada era *new normal* di Kota Semarang. Pemberian informasi ini dikemas dalam bentuk *webseries* bernuansa komedi atau hiburan yang membawakan tema tentang Pandemi Covid-19 dan berjalannya era *new normal*.

TINJAUAN PUSTAKA

- Cerita

Dalam menciptakan sebuah cerita, terdapat sebuah babak atau dikenal sebagai *act*. *Act* merupakan babak yang membentuk satu kesatuan cerita yang utuh, dalam satu cerita biasanya terdapat 3 babak. Setiap *act* (babak) dapat menjadi beberapa latar yang masing-masingnya diatur dalam lokasi berbeda. Dalam *act* terdapat *sequence, scene* dan juga *shot*.

- a. *Sequence* merupakan serangkaian lengkap yang terdiri dari beberapa adegan atau *scene* dan *shot*.

b. *Scene* merupakan merupakan latar tempat dan waktu (*setting*) cerita berlangsung.

- Teknis Pengambilan Gambar Pada Film

Terdapat 2 teknik pengambilan gambar pada film terdapat 2 teknik yaitu *Master scene* dan *Triple take*:

a. *Master Scene*

Pengambilan secara terus-menerus dari keseluruhan peristiwa yang terjadi dalam satu *shot*. *Master scene* merupakan teknik pengambilan secara kronologis dari semua tindakan

b. *Triple Take*

Metode paling sederhana dan efisiensi waktu untuk mendapatkan kontinuitas sebuah *shot*, melakukan proses tumpang tindih, awal dan akhir setiap bidikan kamera. Teknik ini disebut juga pemotongan dalam kamera, biasanya juru kamera telah memikirkan minimal 3 *shot* berturut-turut dalam satu adegan. (Mascelli, 1965: 80)

- Pergerakan Kamera

a. *Pan*

Pan adalah singkatan dari panorama, *pan* berlaku untuk gerakan kamera secara horizontal. *Pan* dapat dilakukan dengan bantuan *tripod*, *dolly*, atau memegang kamera dengan gerakan ke kiri/kanan pada posisi kamera yang statis. (Brown, 2012: 212)

b. *Tilt*

Tilt adalah gerakan ke atas atau ke bawah tanpa mengubah posisi

Dalam satu *scene* dapat dibagi menjadi beberapa *shot*.

kamera. *Tilt* lebih jarang digunakan dibandingkan dengan *pan*, *tilt* sering digunakan untuk mengambil gambar objek yang tinggi/besar. (Brown, 2012: 212)

c. *Move in/Move out*

Pergerakan kamera maju dan mundur, atau dikenal secara umum sebagai *push in/push out*. Pergerakan ini merupakan cara memilih tampilan untuk penonton dengan cara yang lebih dramatik daripada hanya memotong dari *shot* lebar ke *shot* dekat. (Brown, 2012: 212)

d. *Zoom*

Zoom adalah perubahan lensa dari dalam kamera. *Zoom in* dan *zoom out*, memindahkan sudut pandang lebih dekat atau lebih jauh tanpa menggerakkan posisi kamera. *Zoom* dapat dikombinasikan dengan sedikit gerakan kamera, gerakan *dolly*, sedikit gerakan menggeser, atau dengan gerakan aktor sehingga tidak terlihat. (Brown, 2012: 213)

e. *Hand held*.

Pergerakan kamera dengan memegang kamera tanpa menggunakan alat, *hand held* menimbulkan *shake effects*. *Hand held* memiliki sentuhan khas dan menimbulkan efek kedekatan personal

dengan pemain. Selain itu juga mudah untuk diatur pergerakannya sesuai dengan pergerakan subjek (Roy dan Christopher, 2009: 116)

f. *Steadicam*

Dalam David dan Kristin (2013: 196) seiring perkembangan teknologi dalam dunia film munculah *stabilizer* kamera, perangkat yang memungkinkan operator kamera untuk mengarahkan kamera sambil berjalan tanpa adanya gerakan *shake*, dengan kata lain hasil akan terlihat halus. Penggunaan *steadicam* membuat operator dapat mengikuti aktor (pemain) dengan lancar.

- Angles

a. High Angle

Shot dengan mata kamera diletakkan di tempat yang tinggi, sering kali menghasilkan sebuah pemahaman pada penonton bahwa objek berada ada posisi yang lebih kecil, atau posisi tidak mendominasi. Melalui pemangkasan dan melalui "mengompresi" karakter ke lantai atau tanah di sekitarnya, kamera menahan subjek tetap rendah dan membuatnya secara fisik tampak lebih pendek atau lebih kecil. (Roy dan Christopher, 2009: 41)

b. Low Angle

Shot dengan mata kamera diletakkan di tempat yang rendah, atau

menghadap ke atas dalam merekam objek. Objek yang terlihat akan menjadi lebih besar, tinggi, dan lebih mendominasi. *Low angle* menyiratkan bahwa objek yang dilihat memiliki substansial lebih besar. (Roy dan Christopher, 2009: 42)

c. Eye Level

Dalam Mascelli (1965:35) eye level merupakan angle yang mata kamera berada sama tingginya dengan mata subjek. Angle ini tidak memiliki efek dramatis tertentu sehingga terasa natural.

d. Tilt Dutch Angle

Angle ini memiliki angle kamera dengan kemiringan ekstrem. Menghasilkan kemiringan pada layar yang dengan level diagonal. Shot-shot demikian harus dicadangkan untuk berbagai *sequence* yang membutuhkan efek kengerian, tidak stabil, imperionistik, atau efek-efek novel lainnya. (Mascelli, 1965: 47)

- Shot Size

Framing diperlukan pada sinematografi agar pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. *Framing* yang baik dan berkesan dapat membuat pesan lebih mudah diterima penonton. Ukuran gambar (*shot size*) merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan *framing*. Dalam Roy dan Christopher (2009: 12 - 20)

Ada berbagai macam ukuran gambar, di antaranya:

a. Extreme Long Shot (ELS)

Shot size ini dapat digunakan sebagai tujuan "pemanis" dalam video, karena memperlihatkan objek secara luas dan menunjukkan latar waktu video tersebut. *Shot* ini juga menjelaskan latar tempat dan suasana yang digambarkan.

b. Long Shot (LS)

Shot ini juga memperlihatkan latar dengan jelas dan luas. Pada *shot* ini, penonton dapat mengidentifikasi siapa tokoh yang berperan, dan detail juga terlihat lebih jelas pada *shot size* ini.

c. Medium Shot (MS)

Shot ini berfungsi sebagai penunjuk aktivitas yang terjadi, arah pandang tokoh, pakaian, warna, ekspresi yang diperlihatkan oleh pemeran dapat terlihat jelas.

d. Medium Close Up (MCU)

Size ini menunjukkan ukuran subjek dari dada hingga kepala. *Shot* yang mempertegas karakter, dialog, maupun ekspresi pemeran. *Shot* ini memberikan informasi lebih detail mengenai pemeran, hal ini biasa dilakukan ketika pemeran sedang berbicara, mendengarkan sesuatu, atau melakukan aktivitas yang tidak memerlukan ruang yang banyak.

e. Close-Up (CU)

Size pengambilan gambar yang dilakukan dari batas leher hingga atas kepala. Hal ini dilakukan sebagai penekanan pada karakter, dialog, maupun respon. *Shot* ini memperlihatkan detail wajah untuk membuat penonton fokus pada emosi dan detail yang diberikan pemeran.

f. Big Close Up (BCU)

Size pengambilan gambar yang memperlihatkan pemeran dari batas dagu hingga kepala. Menimbulkan sebuah efek dramatis sekaligus penekanan karakter, *shot* ini bertujuan untuk memberikan detail ekstra akan ekspresi pemeran. Contohnya menangis, tertawa menyeringai, dll.

g. Extreme Close Up (ECU)

Extreme close up digunakan untuk memperlihatkan salah satu anggota tubuh, seperti telapak tangan, mata, dll yang kemudian tujuannya juga untuk mempertegas cerita. Contohnya kepalan tangan yang menunjukkan bahwa pemeran dalam cerita tersebut sedang marah.

• Pencahayaan

Dalam buku *Cinematography Theory and Practice* karya Blain Brown sangat banyak dirinci tentang pencahayaan dalam film. Menurut Brown (2012: 104) ada beberapa tujuan dan pentingnya pencahayaan dalam sinematografi, seperti:

- a. Berbagai macam tone warna dan gradasi warna yang ada dalam frame.
 - b. Kontrol warna dan keseimbangan
 - c. Bentuk dan dimensi subjek individu
 - d. Pemisahan: subjek menonjol dengan latar belakang
 - e. Kedalaman dan dimensi dalam frame
 - f. Tekstur
 - g. Suasana hati
 - h. Exposure
- Aspek Cahaya

Dalam mencapai kualitas cahaya seperti yang diharapkan diatas, Brown (2012: 110) melanjutkan ada beberapa aspek yang harus dipahami dan ditangani saat produksi dilakukan:

 - a. Kualitas, hard and soft
 - b. Arah
 - c. Ketinggian
 - d. Warna
 - e. Intensitas
 - f. Tekstur
 - Macam-macam Teknik Pencahayaan

Brown menjelaskan pula ada beberapa macam teknik atau basic dalam pencahayaan (2012: 109-110), yaitu:

 - a. Key light : Cahaya dominan pada orang atau benda. Lampu "utama" di sebuah adegan.
 - b. Fill light : Cahaya yang mengisi bayangan yang tidak diterangi oleh cahaya utama. Pencahayaan terkadang dijelaskan dalam istilah rasio kunci / isi.
 - c. Backlight: Cahaya yang mengenai seseorang atau benda dari belakang dan atas. Cahaya tepi / tepi dapat ditambahkan untuk memisahkan sisi gelap wajah atau objek dari latar belakang atau menutupi kekurangan isian pada sisi tersebut. Seringkali, cahaya belakang bisa terlalu terang dan masih bisa merekam dengan baik pada tape atau film. Juga terkadang disebut lampu rambut atau lampu bahu.
 - d. Sidelight: Cahaya datang dari samping, relatif terhadap aktor. Biasanya dramatis dan menciptakan chiaroscuro yang bagus (jika cahaya isian sedikit atau tidak ada), tetapi mungkin agak terlalu keras untuk close-up, di mana beberapa penyesuaian atau sedikit isian mungkin diperlukan.
 - e. Topper: Cahaya langsung dari atas. Cahaya ini bersumber dari atas subjek atau aktor
 - f. Hard Light : Cahaya dari matahari atau sumber pencahayaan kecil seperti Fresnel LED yang menciptakan bayangan tajam dan dengan cukup baik.
 - g. Low light: Cahaya dari sumber besar yang menciptakan bayangan lembut dan tidak jelas atau (jika cukup lembut), tidak ada bayangan sama sekali. Skylight pada hari mendung

berasal dari berbagai arah dan sangat lembut.

- h. Ambient light: Cahaya yang kebetulan berada di suatu lokasi.
- i. Practicals: Merupakan lampu property yang ada dalam frame, seperti lampu meja.
- j. Bounce light: Cahaya yang dipantulkan ke dinding, langit-langit, permukaan putih atau netral, atau hampir semua hal lainnya.
- k. Available light: Cahaya apa pun yang sudah ada di lokasi. Bisa berupa cahaya alami (matahari, langit, hari mendung) atau buatan (lampu jalan, dll).

DESAIN PERENCANAAN KARYA

OBEJK KARYA BIDANG

Karya bidang merupakan sebuah karya yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa sebagai perwakilan dari program studi dengan pihak luar yang akan menjadi *client* nantinya. Kelompok karya bidang dengan pihak luar tersebut perlu bekerjasama untuk dapat menghasilkan sebuah karya. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi jurnalistik, penulis harus dapat berkolaborasi dengan pihak luar di ranah media dan informasi. Sehingga dalam prakteknya terciptalah media sebagai hasil. Tentunya dalam melakukan sebuah karya bidang, ada tahap awal yang disebut perencanaan. Pada bab kedua ini, penulis akan

memaparkan beberapa tahapan dalam perencanaan yang penulis lakukan selama melakukan karya bidang. Bab dua memiliki beberapa sub-bagian, termasuk informasi tentang objek karya bidang, jenis karya bidang, dan sumber daya yang diperlukan untuk project tersebut.

GENRE

Webseries From Home bergenre komedi. Menurut Selbo (2014: 101) komedi membawa cerita dengan cara yang ringan, ironis atau satir, rintangan dan frustrasi hidup yang menghalangi kebahagiaan. Komedi dimaksudkan untuk memberikan kegembiraan dan pelarian sesaat dari kehidupan sehari-hari bagi para pemirsa. Komedi biasanya memiliki akhir yang bahagia atau kesimpulan dimana "segalanya berjalan dengan baik". Menurut Stephen Neale (dalam Selbo, 2014: 101) beberapa elemen dasar komedi yang sering dimasukkan ke dalam narasi komedi:

- Lelucon
- Candaan
- Momen lucu
- Logika absurd
- Kebalikan dari ekspektasi
- Rasa tidak masuk akal

JENIS KARYA BIDANG

Karya Bidang ini membuat webseries dengan judul "WFH: *Webseries From Home*" yang bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Semarang.

Webseries From Home ini berjumlah 20 episode yang terbagi menjadi dua season. Masing-masing season berjumlah sebanyak 10 episode. Durasi yang dimiliki setiap episodenya berkisar 15 menit hingga 20 menit, dengan tema dan alur cerita yang berbeda-beda. Webseries From Home tayang di channel milik Pemerintah Kota Semarang yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang Bernama "Semarang Pemkot".

Karya Bidang ini membuat webseries dengan judul "WFH: *Webseries From Home*" yang bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Semarang. Webseries From Home ini berjumlah 20 episode yang terbagi menjadi dua season. Masing-masing season berjumlah sebanyak 10 episode. Durasi yang dimiliki setiap episodenya berkisar 15 menit hingga 20 menit, dengan tema dan alur cerita yang berbeda-beda. Webseries From Home tayang di channel milik Pemerintah Kota Semarang yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang Bernama "Semarang Pemkot".

PELAKSANAAN KARYA BIDANG

PRODUSER

- Produser adalah orang yang bertanggungjawab dengan ide atau gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat dijual. Produser harus memastikan adanya dukungan keuangan bagi terlaksananya produksi program televisi serta mampu mengelola

keseluruhan proses produksi termasuk melaksanakan penjadwalan. Produser terkadang ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya. Produser juga harus mampu menterjemahkan keinginan dan pandangan para pendukung modal atau investor dan juga audience melalui proses produksinya (Morissan, 2008).

- **Pra Produksi**

Pra produksi (Pre- Production) adalah tahap paling penting dalam sebuah produksi, yaitu merupakan semua tahapan persiapan sebelum sebuah produksi dimulai. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi televisi (Andi Fachruddin, 2010). Pada tahap ini, penulis sebagai produser melaksanakan tugasnya dengan membuat perencanaan mengenai tahapan-tahapan yang harus dilakukan selama masa produksi berlangsung. Penulis bertanggungjawab untuk mengadakan dan memastikan kebutuhan dari tiap-tiap crew dapat tersedia. Bagaimana permintaan sutradara dan bagian lain, produser yang mempunyai peran untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Produser perlu merencanakan tahapan yang harus disiapkan sebelum memulai produksi, seperti mempersiapkan jadwal shooting pada hari produksi tersebut, memastikan jadwal talent, lokasi syuting, dan *budgeting*.

- **Produksi**
Produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan semua konektivitas yang menghasilkan kegiatan atau aktivitas sehingga output atau input nya adalah barang atau jasa, serta kegiatan yang dapat mendukung keberlangsungan manusia (Sofjan Assaurai, 2008). Produser mengawasi apakah proses syuting berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Dalam hal ini adalah memastikan jam syuting sesuai dengan jadwal dan selesainya produksi dalam satu hari. Selain itu, karena crew yang sedikit, penulis sebagai produser juga mengurus kebutuhan talent saat syuting seperti kostum dan konsumsi.
- **Pasca Produksi**
Tanggung jawab produser pada tahap pasca produksi yaitu menemukan editor untuk mengkonfirmasi proses editing dan suara pasca-produksi, membersihkan suara dan musik yang beredar dan menjadi noise pada saat syuting, berurusan dengan mempersiapkan dan mendistribusikan bahan publistas, memberikan program yang sudah selesai dan dokumen yang relevan kepada klien dan pendanaan dibayarkan dan ringkasan anggaran semua biaya selesai (Worthington, 2009:25).

SUTRADARA

Sutradara adalah seseorang yang menentukan bagaimana visi kreatif dalam sebuah projek film. Sutradara juga

memiliki kontrol di berbagai aspek artistik seperti tata visual, suara, musik, serta keaktoran. Disamping itu harus memiliki ikatan personal yang kuat pada sebuah cerita karena hanya dengan begitu ia mampu menceritakan sebuah cerita dalam level emosi yang sesuai.

Sutradara bertugas untuk mengarahkan para aktor dan teknis operasionalnya. Sutradara pada akhirnya bertanggung jawab untuk mengubah naskah menjadi pesan audio dan video yang efektif. Di mana kamera akan ditempatkan, jenis visual apa yang perlu diambil, di mana aktor akan berdiri, semua ini dikendalikan oleh sutradara (Owens, 2020). Dapat disimpulkan bahwa sutradara memegang tanggung jawab tertinggi terhadap aspek kreatif, baik yang bersifat penafsiran maupun teknik pada pembuatan drama/film.

- **Pra Produksi**
- Tahap ini mencakup semua yang penulis lakukan sebelum memasuki studio atau mencapai lokasi syuting. Ini melibatkan generasi ide, penelitian, scripting, diskusi dengan semua anggota kru dan bakat (aktor), mengatur peralatan, properti, kostum, desain set lokasi dan lainnya. Hal pertama yang perlu diketahui tentang setiap produksi adalah seperti apa tampilan program yang tim dan client inginkan.
- **Produksi**

Ini adalah tahap ketika sutradara berada di lantai studio atau di lokasi dan siap untuk memotret. Tahapan ini termasuk mengelola semua fasilitas, menangani talent dan anggota kru, mengendalikan kerumunan, menangkap suasana dan menyelesaikan masalah apa pun yang terkait di tempat saat itu.

- Ditahap produksi, sutradara bertugas mengarahkan, mengatur, dan memimpin para aktor agar dapat memerankan karakter masing-masing sebaik mungkin. Semua dialog dan adegan dalam skenario menjadi tanggung jawab penulis sebagai sutradara.
- Pasca Produksi
Ini adalah tahap ketiga dari produksi program. Tahap bentuk akhir dari program, termasuk memotong visual yang direkam menjadi rangkaian yang sesuai, mengatur visual dalam urutan yang tepat, penggunaan efek yang diinginkan untuk visual atau teks / keterangan, rekaman komentar, rekaman musik / lagu, dan perakitan akhir dari seluruh program.
Sutradara terus mendampingi hingga *picture lock*, yaitu susunan cerita tidak bisa diubah lagi pada saat proses editing berlangsung. Setelah *picture lock*, sutradara juga masih bertanggung jawab untuk memberikan pendapat pada editor tentang warna, tata suara dan juga musik agar hasil akhirnya semakin maksimal.

PENULIS NASKAH

Penulis naskah adalah penulis yang memiliki kemampuan dalam penulisan skenario, dan orang pertama yang memberikan gagasan ide cerita kepada produser dan sutradara. Langkah pertama adalah pencarian sebuah ide berdasarkan referensi dari buku atau televisi drama. (Suprpto, 2013 : 59)

Naskah skenario film adalah sebuah naskah berisikan ide yang menguraikan setiap urutan cerita, adegan, tempat, dialog, dan keadaan yang terstruktur dramatik yang menjadi acuan dalam proses produksi/*shooting*. Pemilihan ide ini dapat di kembangkan dari cerita yang sudah ada, atau kisah nyata (true story) atau seluruh dari hasil imajinasi.

- Bentuk Script
Dalam membuat sebuah script, penulis membuat berbentuk screenplay yang berisi narasi, dialog, latar tempat, latar waktu, dll. Format tersebut membantu sutradara dan kru untuk memvisualisasikan konsep dan ide penulis. Menurut Widjaja (2008: 39) screenplay bukan diperuntukan untuk alat dalam mengembangkan sebuah film. Screenplay sudah menjadi standar perfilman Hollywood bahwa di dalamnya terdapat elemen-elemen seperti *slug lines*, *scene description* dan *dialogue*.
 - a. *Slug lines*
Merupakan kepala dari scene yang menjelaskan tentang nomor scene,

lokasi dari scene, waktu dari scene, di mana tempat tersebut diadakan, apakah di dalam ruangan (interior) atau di luar ruangan (exterior). Slug lines ini harus pendek, singkat, dan langsung mengarah ke tujuan, misalnya:

2. Int. Rumah – Ruang makan – day

10. Ext. Jalan raya - night

b. *Scene Description*

Merupakan penjelasan yang dimana sebuah aksi ditempatkan dan elemen scene seperti karakter dan objek yang menyertainya. Pada saat penulisan lebih baik menunjukkan melalui penjelasan daripada menginformasikan melalui dialog.

c. *Dialogue*

Dialog dibutuhkan untuk mengekspressikan emosi sang karakter, mengeksplorasi interaksi antara karakter dan lingkungan, dan untuk melangkah ke cerita selanjutnya.

• Menulis Cerita

Dalam tahap menulis webseries ini, penulis melakukan beberapa tahapan seperti:

a. Premis

Premis adalah pokok pemikiran, kesimpulan filosofis, pesan atau pesan moral. Premis harus ditetapkan oleh penulis sejak mulai mengkonsep sebuah cerita, karena sebetulnya

pokok yang mau disampaikan oleh penulis adalah premis.

b. Sinopsis

Ringkasan cerita, biasanya terdiri atas satu hingga dua halaman. Sebuah sinopsis bisa saja sangat pendek (satu baris, satu paragraf) bergantung pada kebutuhan, asal isinya mampu menggambarkan esensi cerita, tokoh, dan permasalahan. (Zoebazary, 2016: 325). Dalam tahap ini pula penulis sudah memikirkan situasi, opsi, keputusan, dan aksi dari sebuah cerita. Sinopsis pada webseries memiliki synopsis webseries secara umum, serta synopsis per episode.

c. Membuat treatment cerita

Treatment cerita merupakan kelanjutan dari synopsis. Dalam tahap ini penulis membuat elemen cerita yang menggunakan struktur tiga babak.

d. Penulisan naskah/skenario

Tahap terakhir adalah penulisan naskah berbentuk dialog. Naskah harus detail menjelaskan latar suasana, tempat, waktu, ekspresi dan emosi aktor, aksi yang harus dimainkan aktor, serta dialog yang diucapkan oleh actor.

DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY

Director of Photography atau biasa disebut penata sinematografi bertugas melakukan penataan terhadap fotografi dan tata cahaya,

Dalam bekerja, ia dibantu oleh beberapa asisten, dan juga chief lighting dengan beberapa orang dari lighting crew (Dennis, 2008: 44). *Director of Photography* merupakan tangan kanan dari sutradara. Dimana seorang DOP bertanggung jawab atas pengambilan gambar film dari apa yang sutradara bayangkan di setiap adegan. Seorang DOP harus menggambarkan imajinasi visual di sebuah film seperti membangkitkan waktu, tempat, dan suasana yang tepat. Seperti mengatur pencahayaan, memilih sudut kamera, serta gerakan kamera yang jelas dan efektif dalam menggambarkan/menceritakan kisah yang tertulis didalam script.

- Pra Produksi

Di tahap ini penulis melakukan koordinasi dengan sutradara dalam menentukan penggambaran yang tepat untuk menceritakan kisah. Di tahap perencanaan ini, penulis melakukan koordinasi dengan sutradara terkait pengambilan gambar yang di butuhkan. Selain itu, penulis juga harus melakukan riset terkait keadaan lokasi syuting dan membuat *shootlist*. Sehingga ketika pelaksanaan, penulis tidak sulit untuk melakukan kegiatan pengambilan gambar maupun meng-*set up* latar *shooting*.

- Produksi

Ditahap produksi ini, penulis melaksanakan tugasnya yaitu mengambil gambar, mengatur pencahayaan, serta mengatur kondisi ruangan/latar yang akan

diambil. Teknik pengambilan gambar ini bervariasi sesuai dengan *shootlist* yang telah disusun sebelumnya. Selain itu, penyesuaian dan mengatur tata letak properti latar *shooting* disesuaikan berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Proses pengambilan gambar menggunakan kamera Mirrorless dengan penambahan alat seperti *mic*, *tripod*, dan peralatan pencahayaan seperti lampu beserta *bracket* nya.

EDITOR VIDEO

Editor Video atau video editing adalah pekerjaan memotong-motong dan merangkaikan (menyambung) potongan-potongan gambar sehingga menjadi film berita yang utuh dan dapat dimengerti. Pekerjaan ini dilakukan di ruang editing yang dilakukan oleh editor gambar atau penyunting gambar. Gambar dan suara yang direkam dengan bantuan kamera sepanjang belasan ataupun puluhan menit harus di potong-potong dan disusun kembali hingga menjadi sepanjang beberapa menit saja untuk dapat disiarkan mejadi berita singkat. Editor gambar melakukan pekerjaan editing berdasarkan materi yang ada di video kaset (Morissan, 2004: 233).

- Offline Editing

Offline editing merupakan proses editing yang akan menghasilkan sebuah draft dengan cara mengolah hasil rekaman menjadi resolusi yang lebih rendah untuk

membuat proses offline editing untuk membuat proses *offline editing* berjalan lebih baik (Schenk, 2011)

- Online Editing

Tahap ini adalah tahap setelah *offline editing*, tahapan yang akan mempercantik *visual* dan *audio* dari sebuah film. Tahapan ini adalah pembuatan *the final master* yang dimana seluruh proses editing menggunakan format yang asli dari hasil rekaman pada saat produksi (Schenk, 2011)

Pada dua tahap offline editing dan online editing, editor bertanggung jawab terhadap aspek-aspek berikut:

a. Transisi

Ada banyak jenis transisi seperti, cut, dissolve, dan fade. Dari teknik umum itu, webseries ini secara mayoritas memakai teknik cut. Ada beberapa teknik transisi cut yang dipakai dalam proses editing Webseries From Home, diantaranya adalah *straight cut*, *jump cut*, *contrast cut*, dan *parallel cut*. Dalam Widjaja (2008: 102) menjelaskan konsep keempat jenis transisi cut tersebut:

- ***Straight Cut***, merupakan teknik editing yang digunakan di hampir semua film. Hal ini memungkinkan satu shot tiba-tiba mengakhiri sebuah adegan dan shot berikutnya datang ke layar, serta untuk meringkas adegan. *Straight cut* biasa disebut *cut to cut*.

- ***Jump Cut***, merupakan sebuah lompatan gambar dari satu rangkaian shot akibat perubahan posisi karakter dan obyek dalam latar yang sama.
- ***Parallel Cut***, merupakan teknik editing yang menggabungkan dua shot atau lebih, dimana dua peristiwa yang diungkapkan dengan waktu yang bersamaan dan keduanya saling berhubungan secara langsung antar satu sama lainnya.
- ***Contrast Cut***, merupakan pergantian shot dimana shot A dan shot B saling berlawanan baik suasana maupun waktu yang terlihat sangat kontras perbedaannya.

b. Audio

Menurut (Arief S. Sadiman, dkk, 2009: 49), media **audio** adalah media untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dalam bentuk lambang-lambang auditif, baik verbal (ke dalam kata-kata atau bahasa lisan) maupun non verbal.

Dalam aspek audio, penulis sebagai editor bertanggung jawab memilih dan menambahkan musik serta *audio effect*. Musik yang dipakai secara umum bernuansa *fun* dan komedi. Adapun *audio effect*, sejumlah adegan memerlukan efek suara untuk mempertajam kesan visual (Zoebazary, 2016: 25).

c. Warna

Menurut (Widjaja, 2008: 139), dalam film warna berfungsi untuk mempengaruhi emosi penonton sehingga membangkitkan

suasana hati, menimbulkan reaksi, fokus, mewakili karakter, mengatur dan mengubah cerita. Dalam implementasinya, penulis menggunakan beberapa tone warna untuk mendukung suasana dari cerita atau adegan yang ada dalam scene tersebut di Webseries From Home.

- d. Credit
- e. Credit title adalah urutan nama-nama tim produksi dan pendukung acara, biasanya muncul di awal atau akhir program televisi atau film (Zeobazary, 2016: 87). Di tahap memberi credit, penulis sebagai editor menambahkan video dibalik layar yaitu take video yang gagal sebagai konten yang menemani credit roll berjalan. Terdapat nama talent, nama crew, dosen Ilmu Komunikasi Undip, pejabat Dinkominfo Pemkot Semarang, dan pihak yang terlibat seperti sponsor serta media partner pada credit title.
- f. Subtitle
Subtitle adalah dialog tertulis / teks yang ditampilkan di bagian bawah layar dalam sebuah film atau acara televisi berbahasa asing/daerah, terdiri atas satu atau dua baris, berfungsi sebagai terjemahan (Zeobazary, 2016: 322). Subtitle dimasukan setelah semua tahap *editing online* sudah selesai dan di *export*, subtitle dimasukan karena mayoritas bahasa yang digunakan dalam webseries ini menggunakan Bahasa Jawa.

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Webseries From Home adalah sebuah proyek Karya Bidang yang dibuat oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Diponegoro sebagai salah satu persyaratan lulus perkuliahan. Proses pra-produksi, produksi dan pasca produksi Webseries From Home dilaksanakan pada rentang waktu Januari 2021 dan selesai pada Desember 2021. Webseries From Home mengangkat cerita dan pembahasan mengenai kehidupan tiga anak muda dalam situasi pandemi Covid-19.
2. Webseries From Home dibintangi oleh tiga pemeran utama yaitu Rizal Fahtomy, Adam Gilang dan Dinar Wahyu. Webseries From Home mempunyai 20 episode dari season 1 dan season 2 yang diupload dan ditayangkan di youtube channel Semarang Pemkot pada bulan Juni 2021 dan November 2021. Dibalut dengan komedi dan cerita yang ringan, Webseries From Home tayang dan hadir sebagai hiburan dimasa pandemic Covid-19.
3. Webseries From Home berjalan beriringan dengan misi dan visi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Semarang untuk memberikan informasi yang akurat dan berimbang dimasa situasi pandemi dengan konten yang fleksibel dan dinamis. Webseries From Home selalu memberikan solusi dari masalah-masalah yang hadir dimasa pandemi diantaranya bagaimana menghadapi new normal, berpikir

positive, dan pentingnya melakukan vaksinasi. Dirancang dan ditulis dengan alur yang penuh hiburan, edukasi dan informasi mengenai Covid-19 dapat tersampaikan dengan baik ke penonton.

4. Webseries From Home digagas dan dilaksanakan oleh tim Karya Bidang Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dengan total 2 season berisikan 20 episode. Dalam prosesnya, tim Karya Bidang berhasil menyelesaikan dengan baik sesuai dengan target waktu dan pencapaian yang telah ditentukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Semarang.

SARAN

1. Berjalannya Webseries From Home tentunya didukung oleh research berulang dalam setiap tema dengan pembahasan yang diangkat. Dengan penggambaran alur cerita yang hangat dan dekat dengan situasi riil, harapannya Webseries From Home dapat membuka pemikiran baru dan bisa sebagai acuan dalam pembuatan series atau bentuk media lain seperti video dan film fiksi.
2. Harapannya hasil Karya Bidang ini dapat memberikan kontribusi akademis sesuai dengan program studi yang ditempuh. Selain itu, Webseries From Home dapat menjadi salah satu bentuk acuan dari bentuk tayangan Semarang Pemkot dalam menyajikan informasi yang penuh edukasi namun tetap menghibur, dinamis dan kreatif.
3. Webseries From Home dapat berhasil dengan perencanaan, teknik penulisan gambar, teknik penyutradaraan dan teknik pengambilan gambar yang baik. Hal-hal tersebut perlu didukung dengan kerjasama tim yang optimal untuk dapat menghasilkan series yang dapat diterima, dipahami, dan disukai oleh penonton. Webseries From Home dalam pelaksanaannya terus *ter-update* dengan situasi dan kondisi pandemi Covid-19, bahkan dengan *issue* lain yang mungkin akan disukai penonton.
4. Webseries From Home dimulai dan diselesaikan dengan tim yang hanya berjumlah 4 orang, hal ini akan menimbulkan banyak sekali selisih ide,

paham dan keinginan yang membuat produksi bisa sekali terhambat. Saling pengertian sesama anggota tim Karya Bidang merupakan hal yang perlu dimiliki anggota tim demi kelancaran produksi Webseries From Home. Perlunya perencanaan yang matang untuk dapat membuat proyek karya tersebut dapat berjalan dengan lancar dan sesuai target penayangan.

5. Webseries From Home selesai dengan total 20 episode dalam 2 season. Dengan total 300 menit waktu penayangan dan berbagai issue yang diangkat, harapannya Webseries From Home dapat memberikan pandangan baru dalam pembuatan konten pemerintahan. Youtube channel Semarang Pemkot dapat dengan *continue* membuat konten-konten yang serupa untuk dapat memikat penonton lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Andayani. 2014. Pembelajaran Terpadu di SD. Jakarta: Universitas Terbuka.

Basal, Bilgen., dkk. 2017. Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Application. United States: IGI Global

Belch & Belch. 2001. Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. New York: McGraw Hill

Bordwell, David, dan Thompson, Kristin. 2013. Film art an introduction Tenth Edition. New York: McGraw-Hill Companies

Box, Harry C. 2003. Set Lighting Technician's Handbook "Film Lighting Equipment, Practice, and Electrical Distribution" Third Edition. United States America: Focal Press

Brown, Blain. 2012. Cinematography Theory and Practice "Image Making for Cinematographers and Directors" Second Edition. United States America: Focal Press

Drewniany, Bonnie L. & Jewler, A. Jerome. 2013. Creative Strategy in Advertising, Boston: Wadsworth Cengage Learning

Effendy, Onong Uchjana. 2009. ILMU KOMUNIKASI: Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Hafsah, Mohammad Jafar. 2000. Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan

Harahap, Arifin S. 2018. Manajemen Pemberitaan Jurnalistik TV. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip, & R. Lee, Nancy. 2008. Social Marketing: Influencing Behaviors for Good: Third Edition. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin L. 2009. Marketing Management. Edisi 14. New Jersey: Pearson

Liliweri M.s., Prof. Dr. Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Prenada Media Group

Mascelli, Joseph V. 1965. *The Five C's of Cinematography*. Los Angeles: Silman-James Press
McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika

Moriarty, Sandra E. 1986. *Creative Advertising: Theory & Practice*. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs

Alfajri, dkk. 2014. *Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) Dilingkungan Kerja Fisioterapi*.

Andi Fachruddin. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, Jakarta: Kencana.
Assauri, Sofyan. 2008. Manajemen Pemasaran. edisi pertama, cetakan kedelapan. Raja Grafindo, Jakarta.

Arif Budi P. 2019. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang : Intrans Publishing

Arief S. Sadiman, dkk. 2009. *Media Pendidikan, Pengertian Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Rajawali Press.

Bambang Semedhi. 2011. *Sinematografi-videografi Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Brown. K. B. 2012. *A Comparative Look at Regulation of Corporate Tax Avoidance*. New York. Springer.

Biran, M. Y. 2006. *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. Jakarta Pustaka Jaya.

ilsaime, *Dennis K. 2008. Menguak Rahasia Berpikir Kritis dan Kreatif*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.

Latief, Rusman dan Utud, Yusiati. 2015. *Siaran Televisi Non-drama Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta : Prenada Media Group.

Mascelli, J. V. 1965. *The five C's of Cinematography Motion picture filming techniques simplified*. Hollywood. Calif: Cine/Grafic Publications.

Moura, G. 2015. *Logline, Premise, and Synopsis*. Sumber: www.celementsofcinema.com.

Owens, Jim. 2020. *Television Production 17th Edition*. Routledge Taylor & Francis Group.

Schenk, Sonja. 2011. *The Digital Filmmaking Handbook (4th ed.)*. Boston, USA.

Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : CAPS.

Thompson, Roy & Cristopher Bowen. 2009. *Grammar of The Edit: Second Edition*. Burlington: Focal Press.

Widjaja, A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Akasara.

Zoebazary, M. Ilham. 2016. *Kamus Telivisi dan Film*. Paguyupan Pandhalungan Jember.