



**STRATEGI PENYUNTINGAN GAMBAR PROGRAM
ACARA “SMART DRIVE” DI METRO TV DALAM
PENGUNAAN EFEK AUDIO DAN EFEK VISUAL
(Episode 65 dan 67)**

Disusun Oleh:

Nama : Fauzan Dwi Kurnia

NIM : 04103 – 089

Jurusan : Broadcasting

Untuk memenuhi salah satu syarat guna menempuh gelar sarjana pada
Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang studi Broadcasting,
Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta 2007



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting**

Lembar Pengesahan Skripsi

Nama : Fauzan Dwi Kurnia
NIM : 04103 - 089
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Straregi Penyuntingan Gambar Program Acara
"Smart Drive" di Metro TV Dalam Penggunaan Efek
Audio Dan Efek Visual (Episode 65 dan 67)

Jakarta, 6 Oktober 2007

Mengetahui,

Pembimbing I

(Heri Budianto, M.Si)

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulisty, M.Comm)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

Tanda Lulus Sidang Skripsi

Nama : Fauzan Dwi Kurnia
NIM : 04103 - 089
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Straregi Penyuntingan Gambar Program Acara
"Smart Drive" di Metro TV Dalam Penggunaan
Efek Audio Dan Efek Visual (Episode 65 dan 67)

Jakarta, 6 Oktober 2007

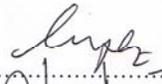
Ketua Sidang

Agustina Zubair., M.Si

(.....

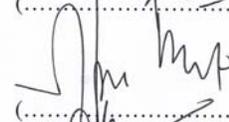

Penguji Ahli

Feni Fasta., S.E., M.Si

(.....


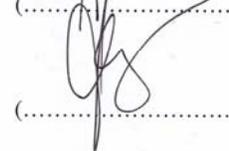
Pembimbing I

Heri Budianto., M.Si

(.....


Pembimbing II

Ponco Budi Sulisty., M.Comm

(.....




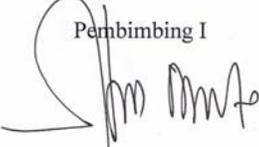
Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

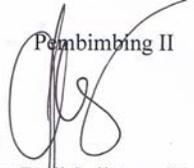
Pengesahan Perbaikan Skripsi

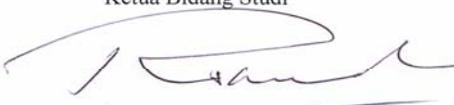
Nama : Fauzan Dwi Kurnia
NIM : 04103 - 089
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Straregi Penyuntingan Gambar Program Acara
"Smart Drive" di Metro TV Dalam Penggunaan
Efek Audio Dan Efek Visual (Episode 65 dan 67)

Jakarta, 6 Oktober 2007

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

(Heri Budianto., M.Si)

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulistyono., M.Comm)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Riswandi., M.Si)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani., M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

ABSTRAK

Nama : Fauzan Dwi Kurnia (04103 – 089)
Judul : Strategi Penyuntingan Gambar Program Acara “Smart Drive” Di Metro TV Dalam Penggunaan Efek Audio dan Efek Visual
Bibliografi : 11 Buku (tahun 1986 – 2006)

Terjadinya perkembangan Industri pertelevisian di Indonesia belakangan ini, membuat pihak stasiun televisi bersaing dalam menghasilkan program-program yang berkualitas. Program tersebut dapat berupa berita, hiburan, pendidikan atau berita khas. “Smart Drive” bukan sekedar tayangkan berita televisi semata, namun juga tayangkan yang sarat akan pendidikan keselamatan dalam berkendara. Kualitas program “Smart Drive” tidak lepas dari proses Penyuntingan gambar. Dengan cara memilih dan memotong gambar, hingga memberikan efek audio dan efek visual.

Dalam penyuntingan gambar, diperlukan persiapan dan perencanaan yang matang guna mencapai hasil yang maksimal. Perencanaan tersebut berupa langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan oleh penyuting gambar selama proses penyuntingan berlangsung. Termasuk memilih efek audio dan visual apa yang akan digunakan. Penggunaan efek audio dan visual dapat menghasilkan nilai tambah tersendiri berupa keindahan pada program. Namun bila penggunaannya tidak tepat, maka dapat menjadi bumerang bagi program tersebut. Untuk itulah Penyuntingan gambar memerlukan strategi dalam penggunaan efek audio dan efek visual.

Berdasarkan latar belakang tersebutlah, penulis mencoba menganalisa strategi penyuntingan gambar dalam penggunaan efek audio dan efek visual pada program “Smart Drive” di Metro TV. Konsep-konsep yang dianalisis meliputi mekanisme kerja penyuting gambar program “Smart Drive” dan strategi yang digunakan dalam penggunaan efek audio dan efek visual. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan bersifat penelitian kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan nara sumber, antara lain : Produser, Asisten Produser, Kordinator Penyunting Gambar, dan Penyunting Gambar.

Berdasarkan pembahasan yang penulis peroleh dapat disimpulkan bahwa strategi Penyuntingan gambar yang digunakan oleh penyuting gambar program “Smart Drive” dalam penggunaan efek audio dan efek visual sudah sangat tepat. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan mereka dalam menyusun gambar dan menggunakan efek audio dan efek visual untuk menghasilkan tayangan program yang berkualitas.

Penulis

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi, yang telah memberikan kekuatan rohani dan jasmani serta taufik dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir untuk memenuhi salah satu syarat guna menempuh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang studi Broadcasting, Universitas Mercu Buana.

Adapun penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengetengahkan judul “Strategi Penyuntingan Gambar Program “Smart Drive” Dalam Penggunaan Efek Audio Dan Efek Visual (Episode 65 dan 67)” dengan mengutarakan proses perencanaan penyuntingan gambar pada episode 65 dan 67 program “Smart Drive” dalam penggunaan efek audio dan efek visual.

Dalam penyusunan tugas Akhir ini, penulis telah mendapatkan petunjuk, bimbingan serta dorongan dari semua pihak yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Dengan rasa hormat dan hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Heri Budianto, M.Si, sebagai Pembimbing I Tugas Akhir. Yang telah sabar memberikan bimbingan baik penulisan dan masukan.
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Sebagai Pembimbing II Tugas Akhir. Yang telah memberikan masukan-masukan dalam Tugas Akhir ini, sehingga dapat sempurna.

3. Bapak H. Moch. Kasirin, SE dan Hj. Nasiah, selaku orang tua yang dengan sabar memberikan dorongan dan do'a kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Kepada seluruh Instansi atau Perusahaan-perusahaan yang telah membantu memberikan data-data baik berupa wawancara maupun lapangan. Sehingga dapat melengkapi penulisan pada Tugas Akhir ini.
5. Kepada kakakku yang dengan pasti membantu dari segala hal, dan sabar menghadapi penulis yang terkadang merepotkan.
6. Kepada teman-teman setiaku Febrianti Aisyiah, Yayat Dayat, dan Mahdi yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan kepada penulis.
7. Kepada para Laboran Fakultas Ilmu Komunikasi, (mas Ibeng, mas Melfi, dan mas Jay) yang telah banyak berdiskusi dengan penulis.
8. Kepada rekan-rekan Broadcasting '03, yang banyak memberikan masukan dan dorongan.
9. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari Tugas Akhir ini tentu saja masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan bantuan, kritik, dan saran agar dimasa mendatang dapat berbuat yang baik.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini nantinya dapat berguna bagi penulis dan pembaca.

Wassalam

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar dan Tabel	v
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Signifikasi Penelitian	5
1.4.1. Signifikasi Akademis	5
1.4.2. Signifikasi Praktis	5
 BAB II : KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi Massa	7
2.2. TV Sebagai Saluran Komunikasi	8
2.3. Strategi Produksi Program Televisi	14
2.4. Penyutingan Gambar Televisi dan Film	16
2.5. Peranan Penyutingan Gambar Pada Proses Produksi	27
2.6. Efek Audio dan Efek Visual	29
2.6.1. Efek Audio	39
2.6.2. Efek Visual	32
 BAB III : METODOLOGI	
3.1. Tipe dan Sifat Penelitian	38
3.2. Metode Penelitian	38
3.3. Pengumpulan Data	39
3.3.1. Data Primer	39
3.3.2. Data Skunder	39
3.4. Definisi Konsep	40
3.5 Fokus Penelitian	41
3.4.1. Planning	41
3.4.2. Action	41

3.4.3. Evaluasi	43
3.6. Key Informan	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Program “Smart Drive”	47
4.2. Hasil Penelitian	49
4.2.1. Tujuan Penyutingan Gambar	49
4.2.2. Tahap Perencanaan Penyutingan Gambar	50
4.2.3. Proses Penyutingan Gambar	51
4.2.4. Strategi penggunaan Efek Audio	54
4.2.5. Strategi Penggunaan Transisi Audio	56
4.2.6. Strategi Penggunaan Efek Visual	57
4.2.7. Strategi Penggunaan Transisi Visual	59
4.2.8. Evaluasi	60
4.2.9. Hambatan Dalam Penyutingan Gambar	61
4.3. Pembahasan	63

BAB V : PENUTUP

5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Gambar

Gbr 1. Mesing Penyutigan Film (Splices & Maviola)	25
Gbr 2. Konfigurasi Sisitem Penyutigan Linear	26
Gbr 3. Konfigurasi Sisitem Non-Linear	27
Gbr 4. Diagram Koneksifitas Non-Linear With Avit	27
Gbr 5. Slot IEEE 1394	29
Gbr 6. Kabel Koneksi IEEE 1394.....	29
Gbr 7. Contoh Transisi	38
Gbr 8. Logo Smart Drive	47
Gbr 9. Contoh Transisi Visual Program Smart Drive	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bentuk media massa adalah media penyiaran yang berupa televisi. Dimana media ini memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan diantara sesama media penyiaran itu sendiri. Upaya menyampaikan informasi melalui media cetak, audio, dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga mempunyai kelemahan. Adapun yang menjadi keunggulan dari media penyiaran televisi, adalah karakteristik dari media itu sendiri. Yaitu :¹

1. Dapat didengar dan dilihat.
2. Daya rangsang sangat tinggi.
3. Elekris.
4. Daya jangkau besar.

Dilihat dari karakteristik media televisi, dapat diketahui bahwa televisi mempunyai dampak yang sangat kuat pada masyarakat. Oleh sebab itulah banyak intansi-intansi, lembaga-lembaga, maupun individu yang menggunakan media yang satu ini untuk menyampikan pesan yang diinginkan kepada masyarakat luas.² Mereka melihat bahwa media televisi merupakan organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya.

¹ Morissan, *Jurnalis Televisi*, Ramdina Prakasa, 2005, hal.

² *Ibid*,

Selain itu yang membedakan antara media penyiaran dengan media massa yang lainnya adalah kecepatan, ketepatan, kepraktisan dan kualitas dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengelola dan menyajikan informasi kepada khalayak.³ Ditambah lagi dengan mampunya media penyiaran dalam hal meniadakan jarak, ruang dan waktu antara dua tempat atau lebih dimuka bumi ini. Selain itu manajemen media penyiaran sangat dinamis tidak statis seperti media lainnya. Yang terakhir adalah media penyiaran merupakan hasil kerja kolektif dan sarana proses komunikasi media massa.⁴

Perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan masyarakat yang makin besar tuntutananya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah manjadi kebutuhan bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan masyarakat. Ditambah lagi dengan adanya persaingan yang ketat diantara stasiun TV untuk memperoleh audiens sebanyak-banyaknya. Tentunya untuk memperoleh keuntungan pula.

Oleh sebab itulah pihak stasiun TV harus jeli terhadap tuntutan masyarakat tersebut. Mereka dipaksa harus membuat program acara yang diminati oleh masyarakat. Berbagai cara dilakukan oleh pihak stasiun TV agar mereka memperoleh audiens yang banyak. Mulai dari membuat acara yang khusus untuk sekmentasi audiens tertentu, hingga memilih informasi dari bidang tertentu pula. Pada umumnya isi program siaran di televisi meliputi beberapa hal yaitu :⁵

1. News Reporting (Laporan Berita)
2. Talk Show
3. Documenter

³ *Ibid*,

⁴ Iskandar Muda. Dedy, *Jurnalistik Televisi*, Rosdakarya, Bandung, 2003, hal.9

⁵ *Ibid*,

4. Magazine/Tabloit
5. Education/Istructional
6. Music
7. Drama
8. Game Show/Kuis
9. Comedy, dll

Salah satu program acara yang dibuat berdasarkan atas *News Reporting* dan *Education* adalah “Smart Drive”. Program yang dibuat oleh Metro TV ini, dilatar belakangi oleh adanya peningkatan angka kecelakaan berkendara yang makin meningkat pada tiap tahunnya di Indonesia, khususnya pada pengguna kendaraan beroda empat. Program yang berformat *Infotainment Otomotif* dan ditayangkan setiap hari Selasa pukul 21.30 WIB ini, ingin sekali memuaskan masyarakat Indonesia yang haus akan informasi dari dunia otomotif baik dari dalam maupun luar negeri.⁶ Informasi yang diberikan cukup beragam, mulai dari penjelasan secara detail tentang mobil keluaran terbaru, even-even otomotif, modifikasi, hingga penjelasan mengenai bagaimana mengendarai mobil dengan baik dan aman.⁷ Program ini adalah kelanjutan dari beberapa program yang pernah dibuat oleh Metro TV, seperti Diploma Callage.

Dalam kinerjanya, team program “Smart Drive” memerlukan sarana yang dapat menunjang kerja mereka yang dinamakan dengan strategi. Strategi adalah langkah-langkah yang digunakan untuk mencapai tujuan.⁸ Dalam pembuatan program “Smart Drive” tentunya strategi digunakan untuk

⁶ www.metrotvnews.com

⁷ *Ibid*,

⁸ Akdon, Strategic Management, Alfabeta, Bandung 2006, hal. 3

menciptakan program yang berkualitas. Baik dari isi informasi maupun tampilan secara keseluruhan.

Strategi penyuntingan gambar dalam sebuah proses produksi secara keseluruhan sangatlah penting. Karena dari strategi penyuntingan gambar yang tepat dapat pula membuat program tertentu diminati oleh para penonton dibandingkan dengan program yang sejenis. Selain memperindah tayangan sebuah program, penyuntingan gambar juga dapat membuat sebuah tayangan memiliki arti dan kesan tersendiri bagi penonton. Hingga memperoleh penonton yang banyak.⁹

Dalam isi program “Smart Drive” episode 65 dan 67, penyunting gambar program acara ini menggunakan efek audio dan efek visual yang beragam. Yang bertujuan untuk menciptakan program acara yang berkualitas. Baik dari sisi audio maupun dari sisi visual. Efek audio adalah proses penambahan audio yang sengaja dipergunakan dalam proses penekanan segi artistik atau tujuan yang lain dari sebuah film, musik, atau media lain.¹⁰ Sedangkan efek visual digunakan untuk memperindah tampilan gambar. Baik menambahkan sesuatu pada *footage*, seperti tulisan baik yang diam maupun yang bergerak, menambahkan animasi, membesarkan atau mengecilkan *footage*, dan lain-lain.¹¹ Dari sinilah penulis ingin sekali melihat bagaimana strategi penyuntingan gambar program “Smart Drive” dalam menerapkan penggunaan transisi dan efek visual untuk membuat program ini menjadi menarik untuk dilihat.

⁹ Dmytryk, Edward. *On Film Editing: An Introduction to the Art of Film Construction*, Focal Press, Boston 1984. Hal. 24

¹⁰ [http://www.wikipedia.com/search/Audio Efek/](http://www.wikipedia.com/search/Audio%20Efek/)

¹¹ [http://www.wikipedia.com/search/visual Efek/](http://www.wikipedia.com/search/visual%20Efek/)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan Latar Belakang Masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana **Strategi Penyuntingan Gambar Program “Smart Drive” di Metro TV Dalam Penggunaan Efek Audio dan Efek Visual Pada Episode 65 Dan 67.**

I.3. Tujuan Penelitian

Sementara penelitian ini bertujuan untuk **mengetahui strategi penyuntingan gambar program “Smart Drive” pada episode 65 dan 67 dalam penggunaan efek audio dan efek visual.**

1.4. Signifikasi Penelitian

1.4.1. Signifikasi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pengembangan bagi Ilmu Komunikasi. Khususnya, mengenai bidang penyuntingan gambar yang diperoleh penulisan selama ini. Juga diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmiah bagi pihak lain yang ingin menindak lanjuti penelitian ini.

1.4.2. Signifikasi Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pihak stasiun televisi bersangkutan yang dalam penelitian ini adalah Metro TV, sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan kualitas tayangan dari segi penyuntingan gambar.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menggunakan alat-alat yang dikenal dengan media massa, seperti surat kabar, majalah, film, televisi dan internet. Komunikasi massa juga sering disebut komunikasi media massa. Pengertian komunikasi massa, merujuk kepada pendapat *Tan dan Wright*, dalam Liliweri, 1991. Merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.¹²

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh *Bittner* (Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam Karlinah, dkk. 1999), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).¹³ Sedangkan *Joseph A. Devito* dalam bukunya *Comunicology an Introduction to The Study of Communications* menampilkan definisinya tentang komunikasi massa sebagai berikut :

“Pertama, Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang mendengarkan radio, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak

¹² Ardianto. Elvinaro, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Bandung, Simbiosis, 2004, hal 3

¹³ *Ibid*

sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya. Seperti radio, surat kabar, majalah, buku, televisi, film, dan pita-pita.”¹⁴

Massa dalam komunikasi massa atau media, diartikan semua orang yang menjadi sasaran-sasaran media komunikasi atau terjangkau oleh media massa tersebut. Massa meliputi semua lapisan masyarakat yang tersebar dalam berbagai lokasi, tetapi dalam kurun waktu yang bersamaan memperoleh pesan-pesan yang sama.

Jalalludin Rakhmad dalam buku Psikologi Komunikasi menyatakan bahwa media massa mempunyai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi khalayak, yaitu:¹⁵

a. Media Massa —————> Khalayak

Pada model Jarum Hipodermik, media massa menunjukkan kekuatan yang perkasa untuk mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak. *Dervin* menyatakan bahwa “Khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan padanya”.¹⁶ Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa khalayak hanya diam saja saat menerima pesan-pesan yang disampaikan media massa dan tidak peduli apakah sesuai dengan kebutuhannya.

b. Khalayak —————> Media Massa

Khalayak dianggap aktif menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Pendekatan ini kemudian dikenal dengan

¹⁴ Onong U. Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hal 2

¹⁵ Rakhmat. Jallaludin, *Psikologi Komunikasi*, Remadja Rosdakarya, Bandung, 2002, hal. 202

¹⁶ Rakhmat. Jallaludin, *Loc Cit*

pendekatan “*ses and Gratifications*” (penggunaan dan pemuasan). Jadi khalayak tidak lagi pasif ketika mengonsumsi media massa melainkan mereka akan aktif mencari media massa yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya komunikasi massa akan melibatkan sebuah lembaga. Maka *Wright* secara khusus mengemukakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa itu bergerak dalam sebuah organisasi yang kompleks.¹⁷ Organisasi yang kompleks itu menyangkut berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa, mulai dari penyusunan pesan sampai pesan tersebut diterima oleh komunikan. Misalnya, bila pesan disampaikan melalui televisi, maka pihak yang banyak terlibat dalam sebuah proses penyampaian pesan. Seperti *cameraman, floor director, lightingman, program director* atau pengarah acara, *producer* atau sutradara, hingga penyunting gambar. Penggunaan seperangkat teknologi dalam proses penyampaian pesan pada komunikasi massa dengan sendirinya menyebabkan komunikasi massa itu membutuhkan banyak tenaga ahli atau sumber daya manusia dan juga biaya yang relatif besar.

2 . 2 . Televisi Sebagai Saluran Komunikasi Massa

Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Sebanyak 99% orang Amerika memiliki televisi dirumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.¹⁸

¹⁷*Ibid*, Ardianto. Elvinaro, hal. 6

¹⁸ *Ibid*, hal. 125

Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi dirumah dengan menggunakan *wire* atau *microwave (wireless cables)* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Perkembangan televisi makin marak lagi setelah dikembangkannya *Direct Broaadcast Satellite (DBS)*. Secara bertahap , layar televisi juga berkembang dari diagonal 7 inci kemudian menjadi 12, 14, 21, 24, hingga 39 inci. Penonton televisi kini lebih selektif dalam memilih program siaran yang mereka inginkan yang mengakibatkan jam tayang televisi bertambah, penerimaan programnya juga mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Ditambah lagi adanya perkembangan yang pesat dalam sistem penyampaian program. Sekarang ini, setidaknya terdapat lima metode penyampaian program televisi yang telah dikembangkan, yaitu :¹⁹

- a. *Over-the-air reception of network and local station program.*
Kualitas gambar yang masih kuno ditingkatkan menjadi *High Difinition Television (HDTV)*.
- b. *Cable.* Program disampaikan melalui satelit ke sistem kabel lokal, kemudian didistribusikan ke rumah-rumah dengan kabel dibawah tanah atau dengan tambahan kabel, sistem *cable standard* diberlakukan tahun 1990-an.
- c. *Digital cable.* Ini bagian dari *information super highway*. Sistem kabel lokal dan telepon untuk pelanggan dalam jumlah besar, dahulu menggunakan kabel kono, namun sekarang telah diganti

¹⁹ *Ibid*, Ardianto. Elvinaro, hal. 126

dengan menggunakan kabel serat optik yang ditanam di bawah tanah. Tetapi memiliki kapasitas lebih tinggi dari sistem kabel standar. Kabel optik ini dapat memuat 500 lebih saluran. Sistem ini memungkinkan terjadinya komunikasi televisi dua arah. Instalasi kabel serat optik ini termasuk program nasional yang memerlukan biaya sangat besar.

- d. *Wireless cable*. Sejumlah sistem kabel menyampaikan program bagi pelanggan yang menggunakan *transmisi microwave* (gelombang pendek) meski pun kabel ini dibawah tanah. Metode ini mengurangi biaya instalasi serat optik yang mahal. Tetapi sistem ini juga memerlukan peralatan khusus dalam penerimaan program.
- e. *Direct Broadcast Satellite (DBS)*. Program-program ditransmisikan oleh satelit langsung dengan menggunakan piringan yang berdiameter 18 inci, kemudian piringan tersebut diletakkan di atap rumah atau di Indonesia biasa dikenal dengan istilah antena parabola. Metode ini merupakan terobosan dalam sistem kabel, yang dimulai di Amerika Serikat sejak tahun 1994.

Secara umum, dikenal tiga tipe siaran televisi yang dipilah berdasarkan karakteristiknya, yaitu televisi publik (*public TV-Broadcasting*), televisi komersial (*commercial TV-Broadcasting*), dan televisi pendidikan (*educational TV-Broadcasting*).²⁰ Tipologi ini biasa digunakan dalam menilai pola siaran media televisi. Masing-masing tipe siaran ini memberi peranan yang spesifik atas fungsi

²⁰ Siregar. Ashadi, *Menyingkap Media Penyiaran*, LP3Y, Yogyakarta 2001, hal. 15

tertentu. Secara umum, setiap media audio visual dituntut untuk mampu memberikan hiburan, tetapi televisi publik memberi penekanan pada penyebaran ide-ide dan realitas sosial, televisi komersial pada fungsi hiburan, dan televisi pendidikan pada materi *faktual-identity* (pendidikan dan pengajaran).

Seperti yang telah diterangkan secara singkat pada latar belakang, kita mengetahui bahwa media televisi memiliki karakteristik yang sangat berbeda dari media massa yang lainnya. Dapat dikatakan bahwa karakteristik media televisi adalah penggabungan dari media massa cetak dan radio. Bila khalayak radio hanya mendengar kata-kata saja dan khalayak media cetak hanya dapat melihat saja, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak sekaligus dapat mendengar (*audiovisual*). Namun demikian, tidak berarti gambar itu lebih penting dari suara atau sebaliknya. Didalam media penyiaran televisi keduanya harus berkesinambungan dan ada kesesuaian secara harmonis.²¹ Betapa jengkelnya kita sebagai khalayak televisi bila acara yang muncul di televisi hanya terlihat gambarnya tanpa suara, atau suara tanpa gambar. Atau betapa membosankannya bila suara pada acara televisi telat atau mendahului gambarnya.

Pada acara musik kita seringkali melihat ketidak harmonisan antara gerak bibir dan mulut penyanyi dengan bunyi kata-kata dalam lagu yang keluar (acara rekaman). Atau juga dalam wawancara udara (*interview on the air*), kadang-kadang sumber atau orang yang diwawancarai (*interviewer*) sedang menjawab pertanyaan, namun gambar yang terlihat adalah pihak lain yang tidak sedang berbicara. Ini juga termasuk bentuk ketidaksinambungan antara suara atau kata-kata dengan gambar pada siaran televisi.²²

²¹ *Ibid*, Ardianto. Elvinaro. hal. 128

²² *Ibid*,

Karena sifatnya yang audio visual itu pula, maka acara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam (*still picture*) seperti foto, maupun film berita (*mountion picture*) yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita. Apabila siaran berita tidak dilengkapi dengan unsur audiovisual, sama saja dengan siaran berita radio atau juga surat kabar. Jadi, penayangan film berita dalam siaran berita, selain untuk memanfaatkan khararistik televisi, juga agar penonton memperoleh gambaran yang lengkap tentang berita yang disiarkan serta mempunyai keyakinan akan kebenaran berita.

Isi siaran televisi dapat diwujudkan dalam berbagai program. Diotak-atik apa pun namanya, diberi label rublik apa pun, seluruh materi media massa pada dasarnya dapat digolongkan dalam dua macam, yaitu faktual dan fiksional. Organisasi kerja untuk mengelolah dan meyiarkan materi ini biasanya disesuaikan dengan sifatnya meskipun mungkin saja pemilihannya tumpang tindih. Kedua tipe materi ini diwujudkan dalam berbagai format, masing-masing memiliki sifat dan fungsi yang berbeda. Secara ringkas, dapat dijabarkan dalam matriks sebagai berikut :²³

	MATERI INFORMASI	
FUNGSI	FAKTUAL	FIKSIONAL
INFORMATIONAL	SEKUNDER	PRIMER
HIBURAN	PRIMER	SEKUNDER

Materi faktual berasal dari dunia *empiris*/sosiologi, bersifat objektif. Sedangkan materi fiksional berasal dari dunia *humanities*/psikologis, bersifat subjektif. Materi faktual ini ada yang bersifat keras, terikat dengan aktualitas. Dan ada juga yang lunak, lebih menekankan nilai *human interest*. Selain itu, materi

²³ *Ibid*, Siregar. Ashadi, hal. 18

keilmuan juga digolongkan sebagai materi faktual sebab setiap ilmu menjadikan realitas sebagai objeknya. Meskipun sifat materi faktual dan fiksional berbeda, dengan berbagai format, masing-masing dapat berfungsi dalam dua macam format, yaitu sosial (informasional) dan psikologis (hiburan/*entertaining*). Fungsi primer materi faktual adalah informasional, sedangkan materi fiksional berfungsi premier untuk *entertaining*. Meskipun juga ada materi faktual yang berfungsi *entertaining* dan ada materi fiksional yang bersifat informasional, fungsi-fungsi ini bersifat sekunder (sampingan).

Sebagai institusi sosial, media televisi seharusnya menjalankan fungsinya untuk membawa khalayak ke dunia empiris (sosial), bukan menjadi institusi dalam dunia industri hiburan yang membawa khalayak ke dunia psikologis.²⁴ Dengan selintas melihat program TVRI, ada keunikan dalam penyajian program fiksional dan faktual. Salah satu diantaranya yang menonjol adalah menjadikan program sinetron sebagai wahana bagi ide sosial dengan menjadikan realitas empiris sebagai *setting* atau tema cerita. Misalnya, realitas empiris tentang sistem pelayanan rumah sakit kepada *wong cilik* yang sedang aktual. Realitas ini bukannya diungkapkan melalui reportase *in-depth*, tetapi diangkat menjadi tema sinetron (sinetron *Sayekti dan Hanafi*). Atau kasus pembebasan tanah yang menjadi masalah aktual dan empiris di Bali, tidak muncul sebagai reportase, tetapi menjelma dalam sinetron *Aksara tanpa kata*. Masih banyak contoh lain, termasuk yang disajikan melalui produk-produk sinetron remaja.

²⁴ *Ibid*, Siregar. Ashadi, hal. 21

2.3. Strategi Produksi Program Televisi.

Pencapaian tujuan sebuah organisasi diperlukan alat yang berperan sebagai *akselerator* dan *dinamisator* sehingga tujuan tersebut dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini oleh hampir semua orang sebagai alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi mengalami perkembangan yang cukup signifikan.

Strategi adalah satu rencana kegiatan jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, atau menjadi pemenang dalam sesuatu hal.²⁵ Selain itu strategi juga diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir atau sasaran. Rencana didalam strategi dapat berupa ide-ide, hasil pengamatan, atau juga berupa kesimpulan dari kegiatan-kegiatan terdahulu yang sejenis.²⁶

Strategi secara khas adalah sebuah gagasan yang mengindikasikan sebuah tindakan tertentu yang menjelaskan bahwa tindakan tersebut pada nantinya akan menghasilkan keberhasilan yang ingin dicapai. Dahulu strategi hanya digunakan dalam dunia militer, khususnya dalam medan pertempuran. Dikalangan militer strategi dikenal sebagai cara-cara yang digunakan dalam peperangan untuk menjatuhkan lawan mereka.

Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, misalnya konsep Su Tze, Hannibal dan Canl Van Clau Sewitz. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan

²⁵ <http://www.wikipedia.com/search/strategy/>

²⁶ Akdon, Strategic Management, Alfabeta, Bandung 2006, hal. 3

usaha suatu organisasi. Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut :²⁷

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas
2. Ada ketidak pastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
4. Keputusan-keputusan harus dikordinasikan antara bagian sepanjang waktu
5. Ada ketidak pastian mengenai pengendalian sumber daya maupun pesaing

Sedangkan dalam prosesnya, sebuah strategi terlahir dari tiga garis besar, yaitu :²⁸

1. Proses *Planning*.

Dimana pada proses ini rencana-rencana dan ide-ide yang ada dituangkan kedalam konsep untuk nantinya menjadi patokan dalam melakukan kegiatan.

2. Proses *Action*.

Adalah proses pelaksanaan atau mengambil tindakan-tindakan yang telah menjadi planing sebelumnya.

3. Proses Evaluasi.

Pada tahapan ini, segala kegiatan yang telah dilakukan dipantau dan dikoseksi. Tujuannya adalah mencari kesalahan yang mengakibatkan kegagalan pada proses *action*.

²⁷ *Ibid*,

²⁸ *Ibid*,

Dalam dunia penyiaran khususnya dalam produksi program acara, strategi sangatlah diperlukan karena dengan adanya strategi kita dapat membuat sebuah program acara yang nantinya akan diminati oleh penonton. Dalam produksi program acara, strategi dapat berupa langkah-langkah yang diambil oleh semua team produksi secara keseluruhan. Baik dapat berupa ide-ide dan juga konsep acara, pemasaran program tersebut, penempatan jam tayang, hingga langkah-langkah yang diambil untuk proses penyutitan gambar program tersebut. Dalam penyutitan gambar, strategi diperlukan agar hasil penyutitan dapat menjadi sebuah program yang diminati oleh para penonton.

Sedangkan dalam program “Smart Drive” selain bertujuan untuk memperoleh penonton sebanyak mungkin, strategi juga digunakan untuk membedakan dan memperlihatkan ciri khas dari program tersebut dengan program-program yang sejenis. Penerapan strategi pada penyutitan gambar salah satunya adalah dengan cara memilih dan membuat efek visual pada gambar atau menggunakan transisi pada setiap potongan clip gambar.

2.4. Penyutitan Gambar Televisi Dan Film

Penyutitan adalah adalah proses memanipulasi dan menyusun ulang rekaman video menjadi sebuah susunan yang baru dengan cara memilih, memotong, menyatukan, dan melakukan perubahan lainnya seperti memberikan penambahan tulisan, gambar, atau suara. Seseorang yang menyutitan gambar, terutama secara profesi atau hanya sekedar hobby, disebut seorang *Editor*.²⁹ Secara Etymology, menurut *the Oxford English Dictionary*, editor datang dari

²⁹ *Ibid*,

bahasa Latin '*e ditus*' yang berarti "untuk mengemukakan". *Editor* di dalam bahasa Roma kuno adalah orang yang sedang memainkan sesuatu didalam sebuah panggung.³⁰

Penyutingan film adalah sebuah cara menghubungkan satu atau lebih *shot* gambar untuk membentuk suatu urutan atau *scene* dan kemudian membentuk sebuah cerita yang utuh atau *sequence*. *Scene* adalah sebuah kumpulan *shot* yang membentuk sebuah cerita singkat dan pendek. Sedangkan *sequence* adalah gabungan *scenes* yang membentuk suatu keseluruhan Film.

Film yang diedit, menurut definisi, adalah satu-satunya seni yang unik dalam bidang cinema dan hal ini yang membedakan *filmmaking* atau seni pembuatan film dari hampir semua seni lain. Karena menggabungkan beberapa unsur seperti fotografi, teater, tarian, penulisan, dan pengarahan. Pekerjaan dari suatu penyuting gambar tidak hanya dengan mesin penyutingan film saja. Tidak juga hanya menyuting gambar film itu sendiri, namun juga harus mengerti alur cerita film tersebut.³¹ Seorang penyuting gambar film bekerja dengan lapisan gambar, cerita, musik, irama, langkah, untuk membentuk *actor performances*. Sepanjang proses penyutingan film berlangsung, penyuting gambar harus berpatokan pada *directing* dan juga naskah film yang telah ada, juga harus dapat memperediksi berbagai kemungkinan yang akan terjadi untuk membentuk kreatifitas yang sangat bagus ke dalam sebuah film yang utuh dan baik.³²

Stanley Kubrick mengatakan bahwa proses penyutingan adalah tahapan dari sebuah produksi yang unik didalam *motion pictures*. Semua aspek didalam pembuatan film terdapat keunikan tersendiri karena memiliki beberapa unsur

³⁰ *Ibid*,

³¹ *Ibid*, American Cinema Editors

³² *Ibid*,

seperti fotografi, arah seni, penulisan, dan keserasian bunyi yang direkam menjadi kesatuan yang saling mendukung. Dan penyutingan adalah cara memproses itu semua menjadi unik untuk memfilmkan atau menjadi sebuah film yang utuh.³³

Selain harus mengerti apa inti penyutingan gambar, seorang penyuting gambar juga harus mengerti dan memahami beberapa peraturan untuk menyuting gambar. Agar gambar yang dihasilkan adalah gambar yang baik. Edward Dmytryk menetapkan tujuh "peraturan tentang memotong gambar" yang harus dikuasai oleh seorang penyuting gambar, yaitu :³⁴

1. Tidak pernah membuat suatu memotong tanpa suatu alasan yang positif.
2. Manakala ragu-ragu tentang *freme* mana yang tepat untuk dipotong, maka panjangkan saja tanpa harus dipotong.
3. Didalam pergerakan gambar dimungkinkan melakukan pemotongan gambar asalkan tidak mengurangi nilai dari pergerakan tersebut.
4. Melakukan atau membuat hal yang baru adalah hal yang lebih baik dari pada melakukan atau menggunakan hal yang lama.
5. Semua *scenes* pertama hingga terakhir harus menggambarkan sebuah alur cerita yang berkesinambungan.
6. Memotong sesuai dengan nilai-nilai yang ada. Bukan dari segi perbandingan.
7. Dahulukan unsur-unsur penyutingan kemudian baru format penyutingan.

³³ *Ibid*, Dmytryk, Edward hal 32

³⁴ *Ibid*,

Menurut Walter Murch, dalam penyutungan film ada enam hal yang utama untuk memutuskan kapan kita harus memotong gambar. Hal tersebut disusun menurut arti penting atau yang paling utama dulu :³⁵

1. **Emosi.** Sudahkan mencerminkan apa yang penyuting gambar rasakan dengan pada yang dirasakan oleh *audiens*?
2. **Cerita.** Sudahkan anda melakukan penyutungan gambar sesuai dengan cerita dan tujuan?
3. **Irama.** Sudahkan sesuai dengan alur cerita yang menarik dan juga kebenaran yang ada.
4. **Penglihatan.** Apakah audiens sudah dapat melihat fokus utama dari sebuah momen yang ada.
5. **Layar adalah bidang *Two-Dimension*.** Bahwa televisi atau film adalah sebuah layar yang berbentuk dua dimensi dan tingkat kejelasan *visual* sangat berbeda dengan kenyataan.
6. ***Three-Dimensional*.** Bagaimana kita dapat menghasilkan sebuah gambar yang *audies* dapat merasakan secara psikologis seperti ia melihat *visual* dengan matanya sendiri.

Murch menugaskan persentase tingkat khayal dari masing-masing orang menentukan hasil yang dihasilkan. Emosi, mempunyai nilai yang lebih berat yaitu sebesar 51% kemudian baru dikombinasikan dari semua hal yang lainnya.

Penyutungan gambar pada dasarnya harus memiliki tujuan yang pasti. Tujuan tersebut yang nantinya mengatur atau membawa seorang penyuting

³⁵ *Ibid*, Murch, walter. Hal 48

gambar ke sebuah hasil yang baik. Adapun tujuan dalam penyuntingan gambar adalah sebagai berikut :³⁶

1. Menghilangkan audio dan *footage* atau klip yang tidak diinginkan.
2. Memilih audio dan *footage* yang terbaik.
3. Menghasilkan sebuah alur cerita.
4. Menambahkan efek, graphic, musik, dll (*lots of fun!*).
5. Merubah gaya, ritme, dan *mood* dari video.
6. Melihat video dari sudut pandang tertentu.

Teknologi penyuntingan gambar dan suara telah berkembang dengan pesat belakangan ini. Secara garis besar metode penyuntingan dapat dibagi menjadi empat cara, yaitu sebagai berikut³⁷:

1. Film splitting atau menyambung film.
2. Tape to tape atau Linear.
3. Digital Komputerisasi atau Non – Linear.
4. Live penyuntingan.

Film Splitcing atau metode penyambungan. adalah metode yang pertama kali digunakan pada proses penyuntingan gambar. Mesin penyuntingan film yang pertama kali dibuat hanya dapat melakukan proses pemotongan film dan penyambungan kembali potongan-potongan film tersebut. Proses pemotongan dilakukan dengan menggunakan sebuah *Splicer* dan proses perekamam kembali dilakukan menggunakan mesin *Moviola*³⁸.

³⁶ *Ibid*, Murch, walter. Hal 54

³⁷ Underdahl, Keith. Adobe Premier Elemen For Dummies. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis 2005. hal. 89

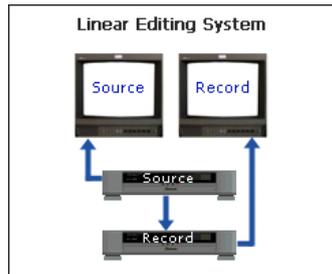
³⁸ *Ibid*, American Cinema Editors



Gambar 1. Mesin Penyuntingan Film yang menggunakan *Splicer* dan *Moviola*.

Metode ini juga mengenal cara penyuntingan dengan cara menyalin atau mengcopy film negative kedalam film positif yang dikenal dengan nama *workprint*. Metode ini lahir sebelum adanya teknologi kaset berformat digital seperti *Betacam*, *Betamax*, *VHS*, *DV*, *MiniDV* dan *Hi8*. Jadi pada metode ini proses penyuntingan gambar hanya dapat dilakukan pada film-film yang menggunakan film negatif atau film positif saja. Bukan kaset film yang berformat digital.

Generasi kedua dari metode penyuntingan gambar adalah *Linear* atau biasa dikenal dengan metode *Tape to Tape*. Metode ini lahir setelah munculnya kaset video yang berformat digital. Cara kerjanya hampir sama dengan metode *Film Splitting* yaitu dengan cara merekam atau mengkopi gambar yang berada pada satu kaset ke kaset yang lainnya (*tape to tape*), jadi mirip seperti kita merekam lagu dengan menggunakan tape recorder. Keuntungannya adalah perosesnya tidak memakan waktu yang cukup banyak. Sedangkan kelemahan cara ini adalah gambar yang sudah direkam tidak dapat disusun ulang atau dipindah-pindahkan tanpa merekam kembali semua gambar dari awal.

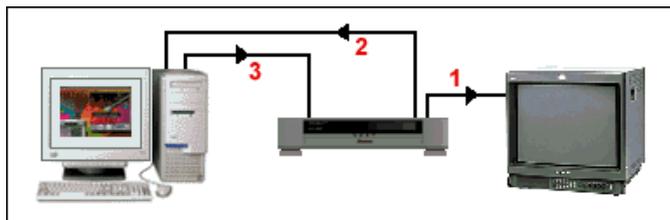


Gambar 2. Konfigurasi Sistem Penyuntingan Linear

Perangkat pokok alat penyuntingan linear terdiri dari :

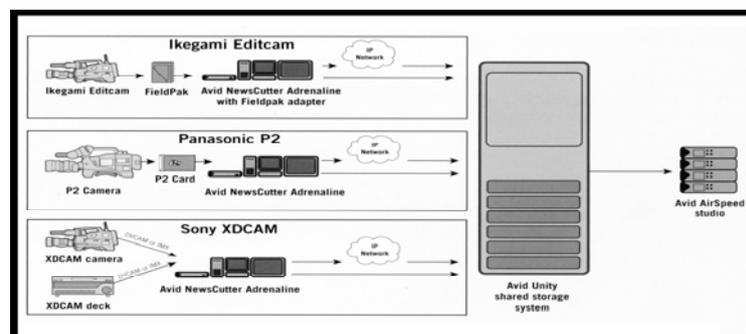
1. Sebuah alat pemutar *source player* untuk menjalankan kaset bahan mentah.
2. Satu alat perekam (*recorder*) untuk merekam gambar dari *source player*.
3. Dua monitor televisi untuk melihat gambar dari *source player* dan *recorder*.
4. Satu alat kontrol penyuntingan untuk menjalankan *source player* dan *recorder*.
5. Sebuah alat pencampur suara (*sound mixer*) untuk menontrol suara yang akan direkam.
6. Sebuah Teks Karakter dan juga Grafik Equalizer. Yang berfungsi untuk memberikan transisi pada setiap potongan klip dan juga memberikan beberapa efek visual tertentu.

Namun sekarang kebanyakan film dibuat dengan cara Komputerisasi yang biasa dikenal dengan Penyuntingan *Non-Linear*. Metode penyuntingan ini dilakukan dengan menggunakan *software* computer seperti *Avid*, *Adobe Premier*, *Ulead*, *Pinacle*, maupun *Final Cut Pro*. Seluruh *software* penyuntingan yang berkembang belakangan ini memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Keunggulan dan kelemahan ini yang biasa menjadi bahan pertimbangan untuk tingkatan penggunaan.



Gambar 3. Konfigurasi Sistem Non – Linear

Biasanya untuk para pemula, software yang digunakan adalah Ulead dan Pinnacle. Software ini digunakan karena mudah untuk dioperasikan dan juga tidak terlalu memerlukan spesifikasi komputer yang mahal. Dan untuk para profesional lebih suka menggunakan Adobe Premier, karena software ini lebih menekankan pada kreatifitas dari pengguna software tersebut. Sedangkan Avid dan Final Cut Pro biasa digunakan untuk standar Film dan juga program televisi atau *Broadcast* pada umumnya. Final cut pro adalah sebuah software yang menggabungkan beberapa software untuk menyunting gambar dan juga membuat sebuah efek visual maupun animasi. Seperti Avid, Adobe Premier Pro, Adobe After Effect, 3Dmax, dan Maya.



Gambar 4. Diagram koneksifitas Penyuntingan Non – Linear With Avid

Adapun yang menjadi patokan atau bahan pertimbangan seorang penyutir gambar memilih menggunakan sebuah software adalah sebagai berikut

.39

1. Kompatibel dengan hardware dan operating system (OS)

³⁹ *Ibid*, Underdahl, Keith. hal.93

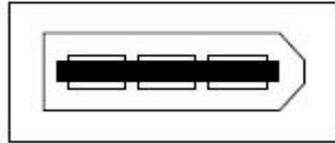
2. Mencakup format dan resolusi yang ingin dipakai
3. Apakah memungkinkan fitur layer dan efek? atau fitur-fitur tambahan lainnya?
4. Apakah ada software tambahan pada paket penjualannya? (ex: audio penyuntingan)
5. Kompatibel dengan software-software lainnya? (ex: adobe photoshop)

Dengan sistem non-linear ini, materi mentah akan dipindahkan atau disimpan dahulu kedalam komputer yang memiliki *software* penyuntingan gambar. Keuntungannya dari teknik non-linear ini ialah hasil pengambilan gambar bisa diatur ulang kapan saja sebelum potongan terakhir direkam kedalam kaset. Kelemahan cara ini adalah prosesnya memakan waktu yang lebih lama dari teknik linear. Hal ini dikarenakan adanya beberapa proses yang tidak ada pada teknik liner, yaitu pemindahan gambar dari meteri mentah ke dalam komputer yang biasa disebut dengan proses *capture*. Dan yang kedua adalah proses *render*, yaitu proses pemindahan bahan yang terdapat didalam komputer ke dalam kaset.

Proses pemindahan dari materi awal atau kaset kedalam komputer membutuhkan alat bantu *Player* kaset dan *IEEE 1394 (FireWire/iLink)*.⁴⁰ *Player* kaset digunakan untuk memutar dan membaca signal-signal yang berupa gambar dan suara dari sebuah kaset. Sedangkan *IEEE 1394* adalah alat yang mengkonfirusikan signal-singnal yang dibaca oleh player kedalam data digital. Dengan kata lain alat ini berfungsi untuk merubah signal-singnal kaset kedalam data digital, yang nantinya akan disimpan kedalam *Hard Disks / HD* yang terdapat

⁴⁰ *Ibid*,

didalam komputer. Perubahan signal kaset kedalan data digital dikenal dengan *capture*.



Gambar 5. Slot IEEE 1394



Firewire Connectors

Gambar 6. Kabel Koneksi IEEE 1394

Biasanya hard disks yang digunakan untuk proses penyutingan gambar yang menggunakan cara *non-linear* memerlukan kapasitas yang sangat besar. Pada awal-awal perkembangan penyutingan gambar non-linear, kapasitas hard disks hanya setingkat *Gigabytes*. Namum dengan adanya perkembangan teknologi maka kapasitas penyimpanan sebuah hard disks ditingkatkan hingga menjadi *Terabytes*. Dengan adanya hard disks yang mempunyai kapasitas penyimpanan yang besar maka proses penyutingan gambar tidak lagi memerlukan banyak hard disks.

Adapun yang menjadi perbedaan penggunaan sistem linear dengan non-linear adalah sebagai berikut :⁴¹

LINEAR	NON-LINEAR
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada representasi visual • Audio mixing dilakukan secara manual pada alat terpisah 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada representasi visual • Audio mixing, CG dan teks dilakukan menggunakan

⁴¹ *Ibid*, Underdahl, Keith. hal. 142

<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai maksimum 2 kanal untuk audio dan visual • Penambahan grafik dan audio dilakukan langsung pada tape 	<p>software</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai banyak “layer” untuk kanal audio dan visual • Penambahan grafik dan audio melalui proses render • Terdapat representasi penyimpanan untuk klip
---	--

Sedangkan *live Editing* adalah penyuntingan gambar yang dilakukan untuk program acara yang disiarkan secara live atau langsung. Metode menggunakan alat yang sama dengan penyuntingan linear. Bedanya adalah ia tidak hanya direkam saja namun langsung disiarkan secara langsung.

Dari semua metode penyuntingan gambar diatas, maka dapat disimpulkan pula metode perekaman gambar. Pertama adalah *Analog*, ini hanya terjadi pada metode penyuntingan film *splitcing*. Terkadang dengan metode analog dapat terjadi pengurangan kualitas gambar pada saat proses pengkopian dari satu kaset analog ke kaset yang lainnya. Analog mengandung gelombang (suara dan cahaya).

Yang kedua adalah digital, metode ini terjadi pada metode penyuntingan yang menggunakan kaset berformat digital, yang mana hampir tidak terjadi pengurangan kualitas gambar pada saat proses pengkopian gambar. Digital berisi binary digit (nol dan satu) dan mempunyai variabel individu bit (binary digit) tertentu dan tak terbatas.⁴²

⁴² *Ibid*, Underdahl, Keith. hal. 156

Sedangkan sistem televisi yang digunakan di dalam dunia pertelevisian saat ini dapat dibagi menjadi tiga, yaitu⁴³:

1. **National Television system Committe (NTSC)** yang memiliki spesifikasi yaitu kemampuan gambar 525 garis per detik, 29 F/S (*frame per second*) dan sumber tenaga listrik dengan frekuensi 60 Hertz. Sistem ini digunakan di Amerika Serikat.
2. **Phase Alternate Line (PAL)** dengan 625 garis per detik, 25 F/S, dan sumber tenaga listrik dengan frekuensi 50 Hertz. Sistem ini berlaku di Asia dan Eropa, kecuali Perancis.
3. **SECAM** dengan 825 garis per detik, 25 F/S, dan sumber tenaga listrik dengan frekuensi 50 Hertz. Sistem ini berlaku di Perancis.

Ketiga sistem ini tidak sejalan satu dengan yang lainnya. Di Indonesia sistem televisi yang digunakan adalah sistem PAL. Dan ketiga sistem ini memiliki kesamaan ukuran rasio layar 4 : 3, artinya gambar perpektif yang tampak dilayar memiliki angka perbandingan 4 : 3. Namun dengan perkembangan teknologi belakangan ini, di beberapa negara maju, ukuran rasio layar sudah mengalami perubahan. Dari yang semula 4 : 3 menjadi 9 : 6.

4 . 5 . Peranan Penyuting Gambar Pada Proses Produksi

Dalam sebuah proses pembuatan program acara televisi hingga siap untuk disiarkan, terdapat tiga tahapan yang mendasar. Yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam tahap pra produksi, konsep dan ide-ide

⁴³ *Ibid*, Morissan, hal. 236

disusun dan dituangkan kedalam proposal untuk dijadikan dasar produksi pada nantinya. Setelah proposal tersebut disetujui maka tahap selanjutnya adalah produksi. Dimana pada tahap ini sangatlah penting, karena pada tahap ini pengambilan gambar dan suara terjadi. Setelah pengambilan gambar dan suara telah selesai, maka tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi. Dalam tahap ini terjadi pemotongan dan penyambungan gambar atau biasa dikenal dengan penyutingan / *penyutingan*. Proses penyutingan dilakukan untuk membuat sebuah hasil produksi terlihat indah dan enak untuk dilihat. Tidak hanya itu pula, pada tahap penyutingan ini pula ditambahkan musik latar, tulisan, efek visual, dan lain-lain. Semuanya dilakukan oleh seorang *editor*. Dengan kata lain *editor* adalah orang yang berperan dalam proses pemilihan, pemotongan, penyatuan, dan melakukan perubahan lainnya pada master gambar yang telah ada. Baik secara profesi kerja maupun hanya sekedar hobby saja.⁴⁴

Pengertian editor sendiri pada dasarnya sangat beragam. Pada media cetak, radio, dan bagian pemberitaan pada televisi. *Editor* diartikan sebagai orang yang bertanggung jawab pada semua bagian dibidang pemberitaan. Memutuskan kebijaksanaan umum yang berkaitan dengan editorial. Seperti pemilihan gambar yang akan digunakan, hingga memperhatikan dan memilih kata-kata yang akan digunakan dalam pemberitaan.⁴⁵ Sedangkan pada divisi non berita pada televisi dan juga PH (*production house*), *editor* diartikan sebagai orang yang bertanggung jawab atas pemotongan, dan penggabungan gambar dan suara. Juga memberikan transisi gambar dan beberapa efek, baik gambar maupun suara, yang kesemua itu biasa dikenal dengan penyutingan atau edit. Oleh sebab itu agar tidak

⁴⁴ <http://www.fromscripttodvd.com/forum/mail/message/2004> Oscar Nominees Discuss their Craft at the Egyptian Theater", American Cinema Editors, 2004

⁴⁵ Iskandar, Dedy Muda, *Jurnalistik Televisi*, Remaja Rosdakarya Bandung, 2003, hal. 192

terjadi kesalah pahamam, pada program berita pekerjaan ini disebut sebagai penyunting gambar. Bahkan dibidang perfilman *editor* gambar dikenal sebagai *Vidoe Editing*.

Pada kinerjanya, seorang penyunting gambar harus memperhatikan kesinambungan gambar atau *continuity*. Kesinambungan gambar sesungguhnya adalah sebuah dasar yang harus dipahami oleh seorang penyunting gambar, agar gambar yang dihasilkan menjadi sebuah film yang mempunyai alur cerita yang jelas.⁴⁶ Sebagai contoh, potongan gambar dari gelas bir yang kosong ke gelas yang sudah berisi oleh bir. Ini akan menyebabkan *jumping shot* atau gambar yang tidak jelas. Akan lebih baik bila potongan gambar gelas bir tang kosong ke kelas yang sudah penuh, disisipkan gambar gelas yang sedang di isi atau gambar seseorang sedang menuangkan bir kedalam gelas.⁴⁷ Untuk menghasilkan *continuity* yang baik, penyunting gambar harus dapat menggunakan sisi emosionalnya dan sario berfikir. Apakah gambar yang ia sambung sudah dapat diterima oleh akal sehat atau sesuai dengan fakta dan kenyataan yang ada.

2 . 6 . Efek Audio dan Efek Visual

2 . 6 . 1 Efek Audio

Dalam proses penyunting gambar sering kali yang terpikirkan hanyalah unsur visualnya saja. Padahal penyuntingan gambar secara keseluruhan menyangkut unsur audio dan visual. Kedua unsur tersebut sebenarnya tidak dapat dipisahkan,

⁴⁶ Murch, Walter. *In the Blink of an Eye: a Perspective on Film Editing*, Silman-James Press, 2d rev. ed., 2001, hal. 31

⁴⁷ *Ibid*, Dmytryk, Edward. hal. 20

karena secara langsung sangat berhubungan erat. Karena gambar yang tidak menggunakan suara akan terkesan kurang bermakna.

Secara umum audio dalam sebuah program acara dapat dibedakan menjadi dua bagian besar, yaitu :⁴⁸

1. Audio Natural. Adalah audio asli yang berasal dari alam terbuka pada saat kita melakukan proses pengambilan gambar.
2. Efek Audio. Adalah audio yang ditambahkan ke dalam gambar pada saat melakukan penyutingan gambar.

Efek audio atau efek suara diciptakan dengan cara menambahkan bunyi, atau audio yang sengaja dibuat untuk dipergunakan dalam proses penekanan segi artistik atau tujuan yang lain dari sebuah film, *video game*, musik, atau media lain.⁴⁹ Dalam *motion picture* dan produksi program televisi, pengertian efek audio adalah suara yang direkam untuk membuat sebuah alur cerita yang lebih detail atau sebuah kreativitas diluar penggunaan dialog maupun musik.

Efek audio dapat dihasilkan dengan cara menghilangkan audio natural, menambahkan audio tertentu seperti lagu atau suara burung camar, hingga memberikan transisi audio.⁵⁰ Adapun tujuan dari penggunaan efek audio adalah sebagai berikut :⁵¹

1. Menciptakan keharmonisan antara visual dengan audio yang nantinya akan menghasilkan sebuah penanyangan film yang baik dan indah.

⁴⁸ *Ibid*, Underdahl. Keith, hal.213

⁴⁹ *Ibid*, *Wikipedia.com*

⁵⁰ *Ibid*, Underdahl. Keith, hal.214

⁵¹ *Ibid*,

2. Menghasilkan pemaknaan tersendiri yang tidak dapat dihasilkan oleh visual.

Dalam film sering kali dijumpai penciptaan makna tersendiri yang dihasilkan oleh efek suara. Sebagai contoh, visual jalan raya yang macet hanya akan menciptakan makna bahwa terjadi kemacetan di jalan tersebut. Namun bila kita menambahkan efek audio berupa suara hentakan kaki orang banyak yang sedang berjalan, suara *klakson* mobil yang bersaut-saut, dan suara mesin dari alat-alat berat untuk membenarkan jalan. Maka makna yang tercipta adalah selain terjadi kemacetan yang disebabkan adanya perbaikan jalan, di daerah tersebut juga memang daerah yang sibuk.

Dalam konteks *motion pictures* maupun televisi, efek audio dapat dibagi menjadi beberapa bagian yang membuat kesatuan audio yang utuh. Elemen-elemen tersebut, yaitu : ⁵²

1. *Hard sound effects*, adalah bunyi-bunyi yang ditambahkan untuk memperjelas sebuah audio di dalam gambar. Seperti suara pintu terbuka, atau suara tembakan dari sebuah senjata.
2. *Background (or BG) sound effects*, adalah audio yang berfungsi untuk memperjelas keadaan sekitar atau lokasi dari sebuah gambar (*background*). Seperti suara burung camar dan suara ombak dipantai.
3. *Foley sound effects*, hampir sama dengan *hard sound effects* namun pada *foley sound effects* digunakan untuk mensinkronkan sebuah gambar adegan dengan situasi yang ingin diciptakan.

⁵² *Ibid*, wikipedia.com

Sedangkan *hard sound effects* tidak menjelaskan situasi. Sebagai contoh, sebuah adegan seseorang sedang berjalan pada tangga yang cukup tua, maka untuk mensinkronkan adegan dengan situasi, maka diperlukan efek audio berupa suara jembatan tua yang sedang dipergunakan.

4. *Design sound effects*, adalah audio yang diciptakan untuk membantu menciptakan emosi dari sebuah gambar yang ada, biasanya efek audio ini berupa musik yang direkam lalu digunakan dalam penyutitan gambar.

Sedangkan transisi adalah sebuah efek audio yang biasa digunakan dalam perpindahan sebuah audio ke audio yang lainnya. Atau dapat juga digunakan pada salah satu audio yang beranjak tingkatan volume tertentu ke tingkatan volume yang lainnya. Perbedaan tingkatan volume audio ini dapat terjadi dari tingkatan volume normal 0db (nol-decibell, nol menunjukkan tingkatan volume audio normal dan decibell adalah satuan untuk audio) ke tingkatan volume yang rendah -15db. Atau sebaliknya, dari tingkatan yang rendah -30bd ke tingkatan normal atau lebih tinggi 45db.⁵³ Tujuan dari penggunaan transisi audio adalah untuk memberhalus perpindahan audio yang satu dengan yang lain maupun perpindahan audio dengan keadaan *mute* (tidak ada suara).⁵⁴

2.6.2 Efek Visual

Efek visual adalah sebuah cara yang digunakan dalam proses penyutitan gambar untuk menghasilkan sebuah gambar yang diinginkan.

⁵³ *Ibid*, wikipedia.com

⁵⁴ *Ibid*,

Dengan menambahkan efek-efek tertentu, seperti tulisan, foto, pembuatan latar belakang, memberikan transisi visual, hingga pemberian animasi dua dimensi atau 3 dimensi.⁵⁵ Efek visual adalah sebuah seni tersendiri dalam proses produksi secara keseluruhan. Segala sesuatu yang menjadi kekurangan pada saat produksi atau pengambilan gambar dapat ditutupi dengan efek visual. Bahkan efek visual dapat memberikan kesan tersendiri bagi audies yang menonton sebuah film.

Efek Visual atau yang juga dikenal dengan *Motion Graphics*, saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seiring dengan perkembangan tersebut, lahir *software-software motion* yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Seperti 3Dmax Studio, Maya, Macromedia Flash, Illustrator Graphics, dan Adobe After Effect. Software yang terakhir disebutkan adalah software yang banyak digunakan oleh para penyunting gambar untuk membuat visual efek.

Saull Bass adalah orang pertama yang mengkomunikasikan pesan melalui permainan grafik di awal film. Dengan pendekatan simbolis, *film title* yang dibuatnya menyampaikan esensi dan representasi dari seluruh film. Beberapa karyannya adalah *Anatomy of a Murder*, *Vertigo*, *Cape Fear*, dan *The Age Of Innocence*. Karya besarnya ini diikuti oleh *Pablo Ferro* di beberapa film, seperti *To Die For* dan *Thomas Crown Affair*. Akan tetapi, film-film James Bond-lah yang secara konsisten menggunakan *motion graphics*⁵⁶. R/GA (*Robert and Richard Greenberg Associates*) menjadikan *motion graphics* sebagai industri melalui film-film seperti *Wolf*, *Rising Sun*, *True Lies*, dan *The Untouchables*. *Kyle Cooper* dari *Imaginary Force* (dulunya adalah R/GA cabang L.A)

⁵⁵ *Ibid*, Murch. walter, hal 556

⁵⁶ Gora S. Winastwan, *Motion Graphic & Visual Effect Menggunakan Adobe After Effects 6.0*, hal. 2

mendobrak dunia film title di era 90-an dengan karyanya untuk film *Steven*, salah satunya yang sangat terkenal adalah *Mision Impossible*.

Selain di film, munculnya industri televisi mendorong perlunya identitas melalui aplikasi motion graphics. *Hary Marks* yang bekerja di *ABC*, *CBS*, dan *NBC* di Amerika adalah salah satu pionir yang memanfaatkan motion graphics untuk dunia televisi. Lahirnya MTV meredefinisi grafik untuk televisi melalui integrasi beragam medium dan teknologi dalam mewujudkan varian identitas MTV.⁵⁷ Efek visual pada dasarnya dapat dibagi menjadi empat kategori:⁵⁸

1. *Models*: kumpulan miniatur atau replika dari sebuah benda, orang, maupun bangunan. Cara ini biasa dikenal dengan *animatronics*.
2. *Matte paintings and stills* : foto-foto atau lukisan tradisional dan digital yang digunakan sebagai latar belakang dari sebuah gambar bergerak maupun tulisan. Cara ini biasa dikenal dengan *rotoscoped*.
3. *Live-action effects*: keying para aktor atau model dengan menggunakan sistem *bluescreening* dan *greenscreening*. Yang nantinya akan menghasilkan gambar sang aktor dengan latar belakang yang diinginkan. Contoh film yang menggunakan cara live-action effects adalah film *Star Track*.
4. Digital Animation: modeling, computer graphics lighting, texturing, rigging, animating, pemberian karakter 3D, particle effects, digital sets, backgrounds, dan lain-lain.

⁵⁷ Purwanto. Edi, Cara Cepat Belajar Adobe Premier Pro, Informatika, Bandung 2005, hal. 3

⁵⁸ *Ibid*, Underdahl, keid. hal 179

Selain itu pembarian efek visual dari sebuah gambar juga memiliki tujuan tertentu, yaitu :⁵⁹

1. Memberikan penjelasan informasi lebih mendalam dari sebuah gambar.
2. Memberindah tampilan gambar.
3. Menberikan kesan dramatisir yang lebih mendalam.

Sedangkan transisi adalah sebuah efek visual yang biasa digunakan dalam perpindahan antara shot atau *footege* satu dengan yang lainnya, dengan tujuan agar peroses penyambungan potongan gambar atau perpindahan gambar yang satu dengan yang lain enak dilihat.⁶⁰ Selain itu, transisi visual juga memberikan atau menayangkan jeda antara satu *scene* dengan *scene* berikutnya agar penonton memahami bahwa lokasi, alur, atau *mood* dari film tersebut telah berganti.⁶¹ Dalam menentukan penggunaan sebuah transisi visual seorang penyuting gambar film maupun sebuah program acara tertentu harus memperhatikan beberapa hal yang sangat penting dan mendasar, yaitu :⁶²

- Apa tujuan yang ingin diraih dari penggunaan sebuah transisi visual.
- Apakah setelah menggunakan transisi visual kedua gambar menjadi cocok dan berkesinambungan.
- Apakah penggunaan transisi visual tersebut logis, atau malah membingungkan.

⁵⁹ *Ibid*,

⁶⁰ *Ibid*, Underdahl, keid. hal 149

⁶¹ *Ibid*,

⁶² *Ibid*,

- Apakah setelah menggunakan transisi visual ceritanya menjadi berkembang.
- Gunakan transisi visual dengan cermat dan hemat.
- Usahakan berdurasi singkat (≤ 1 detik).
- Pertahankan isi/kandungan (*content*) dari video secara keseluruhan.

Dalam beberapa software penyuntingan yang ada, penggunaan transisi visual tidaklah terlalu sulit. Karena sudah tersedia *plugin-plugin* yang menawarkan kemudahan menggunakan transisi visual. Jenis transisi visual sangat beragam mulai dari *Dissolve*, *Roll*, *Split*, *Swing*, *Fade*, dan *Zoom*. Namun yang sering dipergunakan dalam program TV dan Film adalah transisi visual berjenis *dissolve* dan *fade*.

Dissolve atau *Crossfade* adalah perubahan dari satu gambar ke gambar berikutnya secara berangsur-angsur atau bertahap.⁶³ Sedangkan *Fade* adalah jenis transisi visual yang digunakan pada awal *scene* (*fade-in*) maupun akhir *scene* (*fade-out*).⁶⁴ Transisi visual ini menampilkan perubahan gambar berupa awalan gambar hitam atau putih berangsur-angsur atau bertahap ke gambar berikut (*fade-in*). Atau juga dapat berupa perubahan dari gambar berangsur-angsur atau bertahap menjadi gambar hitam atau putih (*fade-out*).⁶⁵ Adapun yang menjadi tujuan dari penggunaan transisi visual *dissolve* atau *fade* ini adalah :⁶⁶

- Memperlambat tempo.
- Membangun mood, ex: rileks, prihatin.

⁶³ *Ibid*, Underdahl, keid. Hal 152

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ *Ibid*

⁶⁶ *Ibid*,

- Memperlihatkan *scene* pemandangan indah.
- Gambar-gambar *montage*.
- Memberi kesan adanya perubahan waktu atau lokasi.



Gambar 7. Contoh Taransisi

Selain menggunakan software penyuntingan, transisi visual juga dapat ditambahkan pada sebuah gambar melalui berbagai cara, yaitu : ⁶⁷

- In-camera. Beberapa camera telah disediakan fitur/fasilitas transisi visual dan *fade*.
- Generating device (live). Transisi visual dapat ditambahkan secara real-time menggunakan special effects generator. Ex: vision mixer (switcher).

Penggunaan transisi dan visual efek selain berdasarkan tujuan namun juga tergantung dari editor gambar yang mengerjakannya. Karena pada saat melakukan penyuntingan, kreatifitas editor sangat ditekankan. Kreatifitas sangat mempengaruhi kualitas dari tampilan visual efek yang dibuat oleh seorang penyunting gambar.

⁶⁷ *Ibid*,

BAB III

METODOLOGI

3 . 1 . Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian Deskriptif, dimana metode ini terbatas hanya memaparkan pada usaha mengungkapkan fakta dilapangan. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.⁶⁸ Hasil dari penelitan ini menekankan pada pemberian gambaran secara mendalam tentang bagaimana strategi penyuntingan gambar program acara “Smart Drive” di Metro TV dalam menerapkan dan menggunakan efek audio dan efek visual pada episode 65 dan 67 dalam program tersebut.

Sedangkan sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif,⁶⁹ Yaitu suatu bentuk penelitian yang memberikan gambaran sesuatu dari segi alamiah atau memberikan gambaran atas sesuatu fenomena dilihat dari kualitas hasil penelitian tersebut.

3 . 2 . Metode Penelitian

Metode penelitian yang sesuai dengan judul dan tujuan penelitian ini adalah Studi Kasus (*Case Studi*). Dimana kita melakukan penelitian yang terinci tentang seseorang (individu) atau sesuatu unit sosial selama kurun waktu tertentu. Metode ini akan melibatkan penulis dalam penyelidikan yang lebih mendalam dan

⁶⁸ Rakhmet. Jalaluddin, Metode Penelitian Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hal.24

⁶⁹ *Ibid*,

pemeriksaan yang menyeluruh terhadap perilaku seorang individu.⁷⁰ Sedangkan data yang nantinya akan diperoleh dalam penelitian ini, diperoleh melalui cara melakukan wawancara kepada penyunting gambar program “Smart Drive” terkait dengan penggunaan efek audio dan efek visual pada program tersebut.

3.3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua bagian, yaitu :

3.3.1. Data Primer

Yaitu pengumpulan data pokok dari penelitian ini, metode yang digunakan adalah Interview atau wawancara. Dimana kita selaku peneliti, mengajukan beberapa pertanyaan kepada *key informan* untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan.

3.3.2. Data Sekunder

Cara ini dilakukan untuk membantu dalam hal menambahkan dan melengkapi data pokok yang telah diperoleh. Data sekunder dapat diperoleh dari beberapa sumber antara lain :

- Studi kepustakaan. Mengumpulkan data melalui literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Seperti majalah, buku, makalah, kamus dan lain-lain.
- Browsing Internet. Mengumpulkan data melalui situs-situs yang terkait dengan penelitian.

⁷⁰ *Ibid*,

3.4. Definisi Konsep

1. **Strategi penyuntingan gambar** adalah hal-hal yang dilakukan oleh seorang editor untuk menciptakan sebuah tampilan gambar yang menarik untuk ditonton oleh pemirsa dirumah. Baik itu berupa pemilihan gambar, penggunaan musik, visual efek, maupun transisi.
2. **Program “Smart Drive”** adalah program Infotaitmen Otomotif yang berupa kumpulan-kumpulan feature dan mengulas segala topik seputar dunia Otomotif. Program ini pertama kali disiarkan oleh Metro TV pada tahun 2006. Program ini adalah kelanjutan dari program-program sejenis yang pernah dibuat oleh Metro TV. Selain kualitas isi pesan yang disampaikan, tampilan gambar secara keseluruhan juga ambil adil dalam membuat agar program ini diminati dan digemari oleh pemirsa dirumah.
3. **Efek Audio** adalah suara yang direkam untuk membuat sebuah alur cerita yang lebih detail atau sebuah kretivitas diluar penggunaan dialog maupun musik. Yang bertujuan untuk menciptakan keharmonisan antara gambar dengan audio.
4. **Efek Visual** adalah penambahan baik berupa gambar, grafis, tulisan, bahkan animasi tertentu pada sebuah gambar video. Yang tujuannya adalah untuk menciptakan gambar yang menarik untuk dilihat.
5. **Transisi Audio** adalah sebuah efek audio yang biasa digunakan dalam perpindahan sebuah audio ke audio yang lainnya. Dengan

tujuan untuk memperhalus perubahan tingkatan volume tertentu ke tingkatan volume yang lainnya.

6. **Transisi Visual** adalah sebuah efek gambar untuk menggabungkan antara dua gambar yang berbeda. Tujuannya agar perpindahan gambar terlihat menarik atau juga enak dilihat.

3.5. Fokus Penelitian

Sesuai dengan kerangka pemikiran, yang menjadi fokus penelitian adalah menjelaskan apakah strategi penyuntingan gambar program “Smart Drive” dalam menggunakan efek audio dan efek visual sudah berdasarkan pada persyaratan sebagai berikut :

3.5.1. *Planning*

1. Tahapan-tahapan perencanaan penyuntingan gambar.
2. Tujuan penyuntingan gambar.

3.5.2. *Action*

1. Kesesuaian penggunaan efek audio dengan tujuan pemberian efek audio pada sebuah gambar.
 - Menciptakan keharmonisan antara visual dengan audio yang nantinya akan menghasilkan sebuah penanyangan film yang baik dan indah.
 - Menghasilkan pemaknaan tersendiri yang tidak dapat dihasilkan oleh visual.

2. Keseuaian penggunaan efek visual dengan tujuan pemberian efek visual pada sebuah gambar.
 - Memberikan penjelasan informasi lebih mendalam dari sebuah gambar.
 - Memperindah tampilan gambar.
 - Menberikan kesan dramatisir yang lebih mendalam.
3. Kesesuaian penggunaan transisi audio dengan tujuan penggunaan transisi audio.
 - Memberhalus perpindahan audio yang satu dengan yang lain maupun perpindahan audio dengan keadaan *mute* (tidak ada suara).
4. Penggunaan transisi visual apakah sudah sesuai dengan hal-hal yang mendasar dari penggunaan transisi visual.
 - Apa tujuan yang ingin diraih dari penggunaan transisi.
 - Apakah kedua gambar menjadi cocok dan berkesinambungan.
 - Apakah penggunaan transisi tersebut logis, atau malah membingungkan.
 - Apakah ceritanya menjadi berkembang.
 - Gunakan transisi dengan hemat.
 - Usahakan berdurasi singkat (≤ 1 detik).
 - Pertahankan isi/kandungan (content) dari video.

5. Keseuaian penggunaan transisi tujuan pemberian transisi visual.

- Memperlambat tempo.
- Membangun mood, ex: rileks, prihatin.
- Memperlihatkan *scene* pemandangan indah.
- Gambar-gambar *montage*.
- Memberi kesan adanya perubahan waktu atau lokasi.

3.5.3. *Evaluasi*

- Kesesuaian penggunaan efek audio dan efek visual dengan tujuan awal dan program tersebut.

3.6. **Key Informan**

Adapun yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah :

1. **Riko Rizal selaku produser “Smart Drive”**. Sebagai seorang Produser program “Smart Drive”, maka minimal orang tersebut memahani dasar-dasar dari proses editing. Biasanya seorang produser mendampingi penyunting pada saat proses editing berlangsung. Dan ia juga yang memilih gambar-gambar mana saja yang akan dipilih untuk dipergunakan dalam program acara tersebut.
2. **Sigit Kuncoro selaku asisten produser “Smart Drive”**. Sebagai asisten produser yang membawahi bidang teknis dalam penyuntingan gambar mempunyai peranan mengecek dan

memperintahkan team post-produksi dalam hal menyangkut apa saja yang harus dilakukan oleh penyunting gambar sesuai dengan tujuan program tersebut.

3. **Ronald T. selaku kordinator penyuntingan gambar program “Smart Drive”.** Peranannya dalam penyuntingan gambar adalah mengatur penyunting gambar dalam memasukan efek audio dan efek visual. Tidak hanya itu kordinator penyuntingan gambar juga berperan dalam membagikan tugas kepada penyunting gambar sesuai jadwal yang ada.
4. **Fernanda dan Aam Kamal selaku Penyunting Gambar Program “Smart Drive”.** Sesuai dengan judul skripsi, maka yang menjadi sumber informasi yang utama adalah penyunting gambar program “Smart Drive” tersebut. Karena penyunting gambar program “Smart Drive” adalah objek dari penelitian ini.

3 . 7 . Analisis Data

Dalam menganalisa data yang diperoleh melalui pengumpulan informasi dari dokumen dan wawancara dengan menggunakan metode deskriptif. Langkah-langkah yang dilakukan penulis dengan melakukan pendekatan deskriptif adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan apa saja yang mendasari atau yang memotifasi seorang penyunting gambar dalam menggunakan efek audio dan efek visual pada perogram mereka.
2. Menjelaskan langkah-langkah proses *post* produksi.

3. Menjelaskan kendala-kendala yang dihadapi oleh seorang penyunting gambar dalam mengerjakan penyuntingan program.
4. Menjelaskan alat-alat editing yang digunakan oleh penyunting gambar. Baik secara linier maupun non linier.
5. Menjelaskan bagaimana strategi yang digunakan oleh penyunting gambar “Smart Drive” untuk menggunakan efek audio dan efek visual untuk menghadapi pesaing antar program sejenis belakangan ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Program “Smart Drive”

“Smart Drive” dibuat menjelang akhir tahun 2006, tepatnya pada bulan Oktober 2006. Program yang berjenis Infotaitmen Otomotif ini adalah kelanjuta dari program-program infotaitmen otomotif yang pernah dibuat oleh Metro TV, seperti Oto Club dan Diploma Callege. Sebagai pelopor program infotaitmen otomotif Metro TV ingin menghadirkan sebuah tanyangan yang cukup berbeda dan berlawanan dengan minat pasar terhadap program sejenis. Dimana pada saat itu pangsa pasar adalah informasi yang berhubungan dengan *modifikasi* atau melakukan perubahan pada bagian tertentu kendaraan yang normal.

Maka jadilah program “Smart Drive” dengan visi dan misi menciptakan sebuah tanyangan *Education* tentang mengendarai mobil yang baik. Oleh sebab itulah program ini diberi nama “Smart Drive” yang berarti cara mengemudi dengan pintar.

“Program ini pada awalnya kita buat untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang bagaimana cara mengemudi mobil yang baik dan benar. Dengan tujuan agar kecerobohan atau kesalahan dalam berkendara yang sering kali mengakibatkan kecelakaan dapat di minimalkan sekecil mungkin” kata Rico Rizal selaku Produser “Smart Drive”.⁷²

Selain memberikan informasi tentang bagaimana cara mengendarai mobil yang baik dan pintar, program ini juga berisikan informasi-informasi seputar

⁷² Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

pengembangan teknologi keselamatan pada sebuah mobil. Seperti *ABS (anti block system)*, *Air Bag*, dan lain-lain.



Gambar 8. Logo Smart Drive

Namun dengan adanya tuntutan pasar, maka “Smart Drive” juga memberikan informasi mengenai kendaraan beroda empat yang baru diliris dipasar dunia terutama di Indonesia. Informasi yang diberikan bersifat perbandingan kendaraan yang satu dengan yang lain dalam hal perkembangan teknologi khususnya teknologi keselamatan.⁷³ Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui keunggulan teknologi apa saja dari mobil-mobil yang baru di liris dipasaran Indonesia. Sehingga pada nantinya masyarakat dapat memiliki sebuah mobil yang bagus dan aman untuk dikendarai.

Dalam program ini pula pemirsa dapat mengirimkan pertanyaan-pertanyaan seputar informasi-informasi mengenai keselamatan mengendarakan mobil dan juga teknologi keselamatan pada kendaraan. Baik teknologi baru maupun teknologi lama melalui surat elektronik atau biasa dikenal *E-mail*. Tidak hanya itu saja, pemirsa juga dapat menanyakan informasi-informasi mengenai seputar kendaraan roda empat dari interior hingga eksterior. Setiap pertanyaan yang diterima oleh “Smart Drive” dipilih salah satu untuk dibahas pada setiap episodenya.

⁷³ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

“Smart Drive” yang ditayangkan pada hari Selasa pukul 21.30 memiliki segmentasi audiens mahasiswa dan para profesional dengan rentang umur 20 tahun keatas. Segmentasi ini dipilih karena pada tahapan tersebutlah masyarakat membutuhkan informasi tentang bagaimana cara mengebut dengan baik and aman. Sedangkan waktu penayangan merujuk kepada waktu kebiasaan sekmen audiens yang mereka pilih untuk beristirahat sejenak dari aktifitas keseharian.⁷⁴

Yang lebih menarik dari program ini adalah adanya program praktek keselamatan dari penggunaan kendaraan yang dilakukan diluar dari produksi program itu sendiri. Hal ini tentunya melengkapi tujuan awal pembuatan program yang mengusung sisi *education* keselamatan dalam berkendara. Untuk program ini “Smart Drive” berpendapat bahwa ilmu pengetahuan itu lebih bagus tidak hanya diterapkan dalam teori saja, namun juga harus dipraktikkan. Pemberian program praktek keselamatan berkendara kepada pecinta program dilakukan setiap tiga bulan sekali. Materi yang diberikan pun cukup bermanfaat besar dan tentunya didukung oleh para ahli keselamatan berkendara seperti pihak kepolisian, pakar teknologi keselamatan, maupun pihak produser paprikan mobil.

Informasi yang diberikan oleh “Smart Drive” dapat terbilang *up-date*. Karena team “Smart Drive” selalu mengikuti perkembangan seputar keselamatan berkendara di Indonesia dan bahkan di dunia. Informasi-informasi tersebut didapatkan dari pihak produser mobil, pihak kepolisian, dan sumber-sumber lainnya.

⁷⁴ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Tujuan Penyuntingan Gambar⁷⁵

Menurut Ronal T. selaku kordinator penyuntingan gambar “Smart Drive”, penyuntingan gambar pada episode 65 dan 67, memiliki tujuan memperindah tampilan gambar yang baik secara keseluruhan. Selain itu pada produksi *News*, *Feature*, dan Dokumenter penyuntingan gambar memiliki peranan yang sangat penting. Pada tahap inilah gambar yang diambil dilapangan dipilih untuk digunakan. Tentunya sesuai dengan narasi yang ada, agar informasi maupun fakta yang ada dilapangan tidak mengalami kerancuan atau kabur.

“Proses penyuntingan gambar pada program “Smart Drive” pada episode 65 dan 67 serta pada episode lainnya secara keseluruhan, memiliki tujuan untuk membuat sebuah gambar yang baik. Dengan cara memilih footage-footage dari kaset-kaset yang banyak jumlahnya, setelah memilih kita satukan kembali dengan narasi pula. Selain itu kita tambahkan ilustrasi musik. Yang pasti tujuan akhirnya adalah program ini bisa dinikmati oleh pemirsa. Itu berat loh mas! karena itu adalah tanggung jawab kita untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada masyarakat. Kalo penyuntingan gambar kita asal-asalan bisa dipastikan pemirsa pasti bingung. Sebagai contoh, narasi kita sedang menjelaskan kekuatan mesin mobil sedangkan footagenya adalah footage pintu, kursi, atau bahkan bagasi. Tidak nyambung bukan?”

Dalam episode 65 dan 67 program “Smart Drive” penyuntingan gambar dilakukan tidak hanya sebatas memberikan tampilan gambar yang indah dan bagus. Namun juga membuat alur cerita menurut narasi yang telah ada dalam bentuk paket informasi. Hal ini memang sulit dilakukan bila dalam proses penyuntingan gambar hanya sebatas mengandalkan kreatifitas belaka. Jadi untuk menyampaikan informasi yang memiliki alur cerita maka penyunting gambar harus memiliki logika dalam melakukan penyuntingan.

⁷⁵ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

4.2.2 Perencanaan Penyuntingan Gambar⁷⁶

Pada episode 65 dan 67 program acara “Smart Drive” perencanaan penyuntingan gambar dilakukan untuk menentukan apa saja yang ingin dilakukan dalam proses penyuntingan gambar program acara “Smart Drive” pada episode 65 dan 67. Merencanakan sebuah kegiatan dalam penyuntingan gambar program “Smart Drive” sangat matang dan jelas. Tentunya dengan tujuan untuk memperoleh hasil penyuntingan gambar yang memuaskan dan agar tidak ada tahap-tahapan dalam proses penyuntingan gambar yang terlewatkan sedikitpun. Juga agar proses penyuntingan gambar episode 65 dan 67 selesai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sigit Kuncoro selaku asisiten produksi yang membawahi bidang teknis dalam wawancaranya dengan penulis menjelaskan bahwa sebelum melakukan penyuntingan gambar, team post-produksi memiliki beberapa tahapan yang harus mereka lakukan. Seperti menentukan jadwal penyuntingan, apa saja yang akan disajikan pada setiap episodenya, menentukan urutan footage, dan menentukan efek audio dan efek visual apa yang akan digunakan.

“Dalam program “Smart Drive” ada beberapa tahapan yang harus dilakukan sebelum kita melakukan penyuntingan gambar. Yaitu merencanakan apa saja yang ingin kita sajikan pada setiap episodenya. Lalu kita menentukan jadwal penyuntingan, jadwal ini disesuaikan oleh gambar nama yang bisa di lakukan penyuntingan terlebih dahulu. Karena setiap footage yang kita perlukan dalam satu episode belum tentu diambil secara berurutan. Sedangkan waktu kita sangat mepet alias uber setoran. Selain itu kita juga harus memikirkan urutan footage pada setiap segmennya yang nantinya dituangkan dalam Run Down. Pada saat memikirkan urutan footage inilah kita juga sudah harus menentukan pula efek audio visual apa saja yang ingin digunakan.”

⁷⁶ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

Penggunaan efek audio dan efek visual pada program “Smart Drive” episode 65 dan 67, juga dipikirkan pada saat perencanaan penyuntingan gambar. Hal ini dilakukan agar pada saat menggunakan efek audio dan efek visual penyuting gambar “Smart Drive” tidak lagi memikirkan efek apa yang harus digunakan, yang tentunya memakan waktu cukup lama.

4.2.3 Proses Penyuntingan Gambar⁷⁷

Proses penyuntingan gambar pada program “Smart Drive” menggunakan sistem editing *non-linier* dengan menggunakan Avid sebagai software yang dipilih begitu pula dengan episode 65 dan 67. Fernanda selaku penyuting gambar “Smart Drive” dalam wawancaranya dengan penulis mengatakan bahwa, software ini dipilih karena kemampuan kecepatan dalam melakukan penyuntingan gambar. Terutama pada saat melakukan *rendering* maupun pada saat proses *print*. Fernanda juga menambahkan bahwa software ini juga memiliki kelemahan dibandingkan software Adobe Premier. Kelemahannya adalah Avid tidak memiliki banyak *pug-in* efek visual dan tidak *kompitibel* dengan software lainnya, seperti Premier yang *kompitibel* dengan beberapa software lain.

Dalam proses penyuntingan gambar “Smart Drive” ini terdapat beberapa tahapan yang harus dijalankan sebelum sebuah program tersebut siap untuk ditayangkan. Tahapan pertama adalah *pra editing*, yaitu langkah yang diambil sebelum melakukan penyuntingan gambar dengan tujuan mempermudah dan

⁷⁷ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

mempercepat proses penyuntingan gambar. Langkah tersebut adalah melakukan preview pada gambar-gambar yang telah diambil oleh kameraman yang terdapat dalam kaset video.

Ronald T. selaku kordinator penyuntingan gambar “Smart Drive” menegaskan bahwa preview gambar sangat penting dilakukan. Karena dapat mempercepat kerja team penyuting gambar pada saat melakukan penyuntingan gambar. Karena pada saat preview ini team penyuting mencari dan mencatat gambar-gambar mana saja yang ingin digunakan. Hal ini dilakukan mengingat keterbatasan waktu penggunaan alat penyuntingan gambar di Metro TV. Belum lagi dengan masalah begitu banyaknya kaset pada saat pengambilan gambar hanya untuk satu sekmen saja. Biasanya setiap sekmen menghabiskan sekitar lima hingga sepuluh kaset.

“Bila di “Smart Drive” ini pada *Pra-Editing* kita hanya melakukan *Preview* saja. Sedangkan *Storyboard* dan *Shoting list* itu tidak pernah kita buat. Soalnya kameraman kita dari sebelum mengambil gambar sudah harus bisa menentukan gambar apa saja yang mau diambil hanya dari *Rundown*. Sedangkan penyuting gambar juga sudah harus bisa menentukan footage mana saja yang mau dipergunakan hanya dengan melihat *Rundown*. Preview sangat penting kita lakukan, karena penggunaan alat penyuntingan sangat terbatas waktunya. Belum lagi dengan banyaknya jumlah kaset yang ada. Jadi dengan preview kita bisa memilih gambar mana saja yang mau kita *capture* untuk nantinya kita gunakan dalam parogram”

Setelah tahapan *pra-editing* selesai, barulah masuk ketahapan berikutnya yaitu melakukan proses *capture* atau mentranfer video yang terdapat didalam kaset kedalam computer berupa file data. Proses ini cukup memakan banyak waktu, karena durasi waktu yang dibutuhkan untuk mentranfer sama dengan banyaknya waktu video yang terdapat pada kaset video. Untuk menghemat waktu dan juga kapasitas penyimpanan file maka proses capture ini hanya dilakukan pada gambar-gambar yang

telah dipilih pada saat tahapan preview. Caranya adalah *time code* gambar yang ingin di *capture* dari kaset yang telah dicatat, dicari pada terlebih dahulu. Setelah ketemu barulah melakukan proses *capture* gambar. Dan begitu seterusnya, hingga semua gambar yang dibutuhkan selesai di *capture*.

Tahapan preview dan *capture* dilakukan berulang-ulang kali oleh teamp post-produksi. Hal ini mengingat keterbatasan waktu dan date line hingga hanya dilakukan pada setiap sekmen mana yang gambarnya telah siap terlebih dahulu untuk dilakukan penyuntingan gambar.

Selesai dengan mentranfer, penyuting gambar program “Smart Drive” selanjutnya melakuakn tahapan *off-line editing*. Pada tahapan ini gambar yang telah di *capture* disusun kembali sesuai kebutuhan. Pada proses ini gambar yang disusun masih bersifat kasar. Atau dengan kata lain masih belum rapih susunanya. Sehingga pada proses ini dilakukan penyusunan gambar sesuai dengan narasi. Selain menyusun gambar, tahapan *off-line editing* juga dilakukan proses memasukan narasi, memberikan efek audio dan transisi audio, juga memberikan efek visual dan transisi visual. Selain itu pada tahapan penyuting gambar “Smart Drive” juga melakukan proses *Render off-line editing*.

Setelah melakukan tahapan off-line editing langkah selanjutnya penyuting gambar melakukan *on-line editing*. Gambar yang telah disusun pada saat off-line editing, dirapihkan dan di *print* atau dibuat menjadi kesatuan file video berforman *.AVI (audio video interleaved)*. Pada tahapan ini produser “Smart Drive” sudah mulai ikut berperan. Peranan produser ditahap ini hanya sebatas melihat apakah masih ada yang kurang.

Setelah selesai dengan tahapan *on-line editing* maka team Smart Drive melakukan proses evaluasi. Apakah masih terdapat kesalahan atau tidak. Bila masih terdapat kesalahan maka dilakukan kembali tahapan *on-line editing* hingga paket program siap untuk disiarkan. Proses ini dilakukan oleh produser, asisten produser, kepala penyuting gambar, dan penyuting gambar

Menurut Aam amal selaku penyuting gambar “Smart Drive” dalam wawancaranya dengan penulis mengatakan ada tiga unsur yang menjadi patokan atau dasar selama melakukan penyuntingan gambar program “Smart Drive”. Ketiga unsur tersebut adalah sekmentasi audiens, narasi dan rundown. Dan semua unsur ini tidak boleh dilupakan bila kita menginginkan hasil yang bagus.

“Patokan atau dasar penyuntingan yang pertama adalah sekmentasi audiens. Sekmentasi audiens ini adalah dasar kita untuk menentukan mau diapakan program ini. Kebetulan sekmentasi audiens “Smart Drive” adalah mahasiswa ke-atas. Jadi kita tidak memberikan gambar yang bikin pusing kepala. Kasihan, mereka kan sudah lelah dikantor. Kalo diberi tanyangan yang terlalu ekstrim bisa tambah pusing mereka. Selanjutnya adalah kita harus selalu memperhatikan *rundown* dan narasi agar gambar yang kita gunakan sinkron dan pas. Dan unsur ini tidak boleh dilupakan.”

4 . 2 . 4 Strategi Penggunaan Efek Audio⁷⁸

Ronal T. menjelaskan bahwa efek audio adalah suara-suara yang kita masukan yang bersumber dari selain suara natural. Efek audio pada episode 65 dan 67 digunakan oleh penyuting gambar program “Smart Drive” untuk menciptakan mood tersendiri bagi pemirsa program “Smart Drive”. Efek audio yang digunakan oleh penyuting gambar program “Smart Drive” hanya berupa *Back Sound* dan jinglel

⁷⁸ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

yang digunakan untuk memperjelas *Natural Sound* yang terekam kurang jelas dan juga beberapa transisi yang diciptakan sendiri oleh penyuting gambar program “Smart Drive”. *Back sound* digunakan dalam program “Smart Drive” berupa ilustrasi musik atau biasa dikenal dengan musik instrument, yang bergendre Pop hingga Jazz. Ronal T. menambahkan, instrument dipilih untuk program “Smart Drive” dikarenakan sekmentasi audiens “Smart Drive” adalah mahasiswa dan para professional.

Selaku asisiten produser Sigit Koncoro menjelaskan bahwa secara logikanya biasanya para professional yang menonton program “Smart Drive” sudah mengalami kelelahan dengan aktifitas kesehariannya. Sehingga mereka membutuhkan *rileksasi* untuk menenangkan pikiran, agar esok hari pikiran mereka segar kembali. Dan instrument diyakini dapat menenangkan pikiran seseorang. Penggunaannya pun disesuaikan dengan kebutuhan gambar dan juga narsi yang ada.

“Efek audionya akan lebih baik menggunakan musik yang santai dan lembut. Seperti Jazz, pop, dan Blues. Atau menggunakan instrumen juga bisa. Nah kalo instrumen bisa yang lembut dan santai atau yang sedikit agak *ngebit* sesuai kebutuhan pada narasi dan gambar. Ini dipilih karena sekmentasi kita adalah para Profesional dan mereka membutuhkan releksasi setelah beraktifitas. Dan menurut para ilmuan psikologi musik instrumen dapat menenangkan pikiran seseorang yang sedang penan dengan aktifitas mereka”

Memang Bila diperhatikan sekara seksama dari episode pertama hingga saat ini, “Smart Drive” selalu menggunakan intrumen yang bersifal lembut. Dibandingkan dengan program-program sejenis yang ada di tanah air. Kekonsistinan inilah yang membuat “Smart Drive” semakin dicintai oleh para pemirsanya. Dengan menghadirkan musik yang lembut membuat pikiran menjadi lebih segar. Sebuah langkah yang tepat bila merujuk kepada tujuan awal dari pembuatan program ini.

Yaitu memberikan sajian yang bersifat edukasi mengenai penggunaan kendaraan secara aman dan benar. Ditambah dengan sekmentasi audiens mereka yang sebagian besar adalah para professional yang cenderung banyak menggunakan kendaraan roda empat pada kegiatan sehari-hari mereka.

4.2.5 Strategi Penggunaan Transisi Audio⁷⁹

Dalam wawancaranya bersama penulis Ronal T. mengatakan bahwa transisi adalah sebuah cara yang biasa digunakan untuk menjembatani antara footage yang satu dengan yang lain atau audio yang satu dengan yang lain. Sedangkan transisi audio adalah transisi yang digunakan pada audio yang berfungsi menaikkan dan menurunkan audio atau keduanya dalam waktu yang bersamaan.

Untuk episode 65 dan 67, penggunaan transisi audio dilakukan oleh penyuting gambar “Smart Drive” untuk menghindari kesan *jumping* audio dari perpindahan musik atau perubahan volume pada sebuah audio yang digunakan. Untuk menghindari *jumping* audio itulah digunakan transisi audio berupa power audio maupun gain audio. Seperti yang diutarakan oleh Fernanda selaku penyuting gambar dalam wawancaranya dengan penulis

“Transisi audio yang digunakan hanya Power dan Gain saja. Tentunya dengan maksud agar pemirsa tidak kaget dalam mendengarkan background yang ada. Agar tidak kaget itulah kita gunakan transisi yang membuat audio perlahan-lahan menaik atau menurun volumenya. Selain itu penggunaan transisi juga dapat digunakan pada perbedaan volume audio yang secara mendadak. Karena biasanya kita membuat back sound itu lebih rendah volumenya dibandingkan dengan volume narasi dengan perbandingan 70% untuk narasi dan 30% untuk efek audio pada saat keduanya digunakan secara bersamaan.”

⁷⁹ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

4.2.6 Strategi Penggunaan Efek Visual⁸⁰

Efek visual digunakan dalam program “Smart Drive” pada episode 65 dan 67 bertujuan memperindah tampilan gambar dan memperjelas informasi. Seperti yang dikatan Aam Kamal selaku penyuting gambar dalam wawancaranya dengan penulis.

“Efek visual adalah tampilan yang kita buat untuk memperindah gambar. Selain itu efek visual juga mempunyai fungsi untuk memperjelas informasi. Bila kita tidak mempunyai gambar yang kita inginkan.”

Memperjelas informasi pada program “Smart Drive” dilakukan dengan cara memberikan *tittle* pada gambar. *Tittle* ini berisikan informasi-informasi yang dirasa sangat penting. Begitu pentingnya maka tidak hanya dijelaskan pada narasi saja, namun juga harus di sajikan berupa tulisan. Informasi yang disajikan dalam *tittle* dalam program “Smart Drive” dapat berupa nama pembawa acara peogram “Smart Drive”, perbandingan dari dua jenis atau lebih kendaraan yang dijadikan objek informasi, atau istilah-istilah tertentu yang cukup penting, dan lain-lain.

Fernanda menambahkan, penggunaan efek visual pada “Smart Drive” memang terbilang minim, ini dikarenakan mereka hanya ingin menyampaikan informasi dan fakta bukan pada kelebihan dari penggunaan efek visual. Penggunaan efek visual yang tidak tepat juga dapat menjadikan program ini menjadi kurang baik sehingga pemirsa enggan memonton program ini kembali. Namum dengan penggunaan efek visual yang minim dibandingkan dengan beberapa program sejenis, pada kenyataannya program ini dapat menjadi program unggulan dari program-program sejenis. Selain itu Fernanda juga mengatakan bahwa sebuah foontage tidak selalu harus menggunakan efek visual.

⁸⁰ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

“Tidak selamanya footage harus menggunakan efek dan transisi visual. Takutnya fakta atau kebenaran informasi menjadi kabur. Karena efek dan transisi ibarat dua sisi mata uang logam. Bisa membuat bagus gambar, tapi juga bisa membuat hancur gambar tersebut.”

Penggunaan efek visual pada “Smart Drive” selalu berpatokan kepada narasi dan keasahan informasi yang ada. Menurut Ronal T. selaku kordinator penyuntingan gambar program “Smart Drive”, seorang penyuting gambar yang berkualitas harus dapat memanfaatkan penggunaan efek visual sesuai kebutuhan dari narasi dan gambar. Pada program program “Smart Drive” efek visual digunakan hanya untuk memperjelas informasi dan bila ada permasalahan kesedian gambar dan narasi tidak memungkinkan untuk menjelaskan secara lengkap. Ronal T. juga memberikan contoh tentang permasalahan ini.

“Pada saat narasi menjelaskan bagaimana perbedaan teknologi keselamatan dari dua buah kendaraan, maka penyuting gambar membuat efek visual berupa *Two Layer* untuk memperlihatkan perbedaan yang dimaksud. Sedangkan pada kesediaan gambar yang ada, efek visual digunakan bila mana team “Smart Drive” tidak memiliki footage yang dimaksudkan oleh narasi seperti menjelaskan kinerja dari *shock blacker* sebuah kendaraan. Kebetulan kita tidak memiliki gambarnya, maka kita bisa menggunakan efek visual berupa animasi grafik.”

Penggunaan efek visual pada program “Smart Drive” sangat jelas terlihat pada *Start ID*, dan sebelum *Bubper-out*. *Start ID* dilakukan untuk menarik perhatian pemirsa dan sebagai identitas program tersebut. Sedangkan pada sebelum *Bumper-out* digunakan efek visual untuk menjelaskan secara singkat informasi apa yang akan ditayangkan setelah *Comercial Break*.

Ide penggunaan efek visual diperoleh oleh penyuting gambar “Smart Drive” dengan cara coba-coba dalam mengembangkan kreatifitas penyuntingan gambar mereka. Selain itu ide penggunaan efek visual juga dapat diperoleh dari melihat efek

visual pada program lain. Terkadang seorang produser maupun asisten produser juga ambil adil dalam terbentuknya penggunaan efek visual pada program ini.

4.2.7 Strategi Penggunaan Transisi Visual⁸¹

Fernanda selaku penyuting gambar program “Smart Drive” dalam wawancaranya dengan penulis menjelaskan bahwa transisi visual adalah cara yang digunakan untuk menjebatani antara footage yang satu dengan yang lain. Selain itu transisi visual memiliki tujuan yang lainnya. Seperti yang dikatakan oleh Fernanda. dalam wawancaranya dengan penulis.

“transisi visual kita gunakan pada saat tertentu saja. Seperti menjelaskan perpindahan waktu, menciptakan mood kepada penonton, mengakali footage yang terlihat ganjil, menjelaskan perpindahan tempat agar tidak terjadi *jumping shoot*, menjelaskan perubahan sequen maupun scen, dan lain-lain”

Penggunaan transisi visual pada program ini lebih banyak bertujuan untuk menjelaskan perpindahan tempat dan menghindari *jumping shoot*. Selain itu juga berfungsi untuk perubahan sequen maupun scen. Untuk perpindahan tempat, perpindahan waktu, dan menghindari *jumping shoot* penyuting gambar menggunakan transisi visual berjenis *solve*. Transisi ini memiliki ciri membuat dua buah *footage* berubah secara perlahan-lahan. Footage yang pertama perlahan-lahan menghilang sedangkan footage berikutnya perlahan-lahan muncul. Tujuan ini sama dengan yang digunakan pada film-film drama. Namun *solve* pada program “Smart Drive” juga dapat memberikan kesan elegan pada tampilan gambar sebuah kendaraan yang terdapat dalam program ini.

⁸¹ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

Yang unik pada program ini transisi *solve* tidak hanya digunakan pada setiap perpindahan tempat dan waktu saja, namun juga digunakan pada setiap gambar yang diambil dengan melakukan pergerakan kamera maupun pergerakan lensa kamera.



Gambar 9. contoh transisi Dissolve pada program Smart Drive

Selain *solve*, penyunting gambar juga memberikan beberapa transisi yang diciptakan oleh penyunting gambar “Smart Drive” sendiri untuk program ini. Bentuknya hampir sama dengan *solve*. Hanya perubahan gambar terjadi dengan sudut 45 derajat. Transisi ini digunakan untuk menjelaskan perpindahan sekmen.

4.2.8 Evaluasi⁸²

Tahapan evaluasi dilakukan oleh team produksi yang terdiri atas produser, asisiten produser, kepala penyunting gambar, dan penyunting gambar. Evaluasi dilakukan mulai dari tahapan *on-line editing* berlangsung hingga setelah melalui tahapan *print*. Evaluasi oleh team dilakukan untuk melihat kekurangan dan kesalahan dalam proses penyuntingan gambar sebelum gambar tersebut dikirim ke *Master Control* untuk disiarkan. Terkadang tahapan ini memakan waktu yang cukup lama. Karena harus berulang-ulang melakukan proses evaluasi dan *print*. Setelah disiarkan, evaluasi juga masih dilakukan oleh Departemen Riset.

⁸² Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

Sebagai produser program “Smart Drive”, Rico Rizal menjelaskan dalam wawancarana kepada penulis seberapa penting proses evaluasi ini.

“Evaluasi dilakukan mulai saat on-line editing. Gambar yang kurang tepat dapat kita ganti atau menambahkan tittle. Setelah diprint pun kita evaluasi pula gambar yang ada. Kalo masih ada kesalahan kita benerin lagi dan kita print lagi. Begi seterusnya sebelum gambar tersebut benar-benar siap untuk disiarkan. Ini dilakukan bersama produser dan asisiten produser. Setelah disiarkan, evaluasi dilakukan oleh team Rised untuk melihat kekurangan apa yang dimiliki oleh program tersebut dan dilaporkan kepada team produksi untuk dilakukan pembenaran pada episode berikutnya”

Semua hasil evaluasi baik yang dilakukan oleh team produksi maupun yang dikukan oleh departemen riset berfungsi untuk menjaga kualitas program yang telah ada. Selain itu juga sebagai bahan pembelajaran atas kesalahan yang telah terjadi. Agar pada waktu yang mendatang kesalahan tersebut tidak terjadi. Bila pun terjadi, paling tidak dapat diselesaikan sedari awal.

4.2.9 Hambatan Dalam Penyuntingan gambar⁸³

Hambatan yang ditemui pada saat penyuntingan gambar biasanya berupa kesediaan gambar untuk segera dijadikan paket program. Menurut Rico Rizal, ketidaksediaan gambar ini dapat disebabkan karena untuk mendapatkan gambar yang diinginkan team harus mengeluarkan anggaran khusus untuk melakukan pengambilan gambar. Contohnya adalah pada saat team produksi “Smart Drive” menggiginkan gambar mengenai dampak yang disebabkan oleh kecelakaan mobil. Untuk mendapatkan gambar tersebut maka team harus melakukan simulasi kecelakaan. Dan ini memerlukan anggaran yang cukup besar.

⁸³ Hasil Wawancara, tanggal 7 & 8 September 2007

Untuk menyelesaikan permasalahan ini team Dmart Drive memerlukan keahlian dari seorang penyunting gambar. Dengan cara membuat efek visual berupa *Grafik Animasi* atau 3D (*three dimension*). Walaupun tidak seperti gambar asli yang diambil dengan camera, namun cara ini dapat menyelesaikan masalah kekurangan gambar yang tidak dapat kita dapatkan.

Kendala juga bisa terjadi karena faktor *interen* stasiun TV sendiri. Kendala seperti ini disebabkan oleh padatnya jadwal penyuntingan gambar pada stasiun TV itu sendiri. Jadi team *post-production* “Smart Drive” harus berbagi peralatan dengan team *post-poduction* program lainnya. Hambatan ini yang dirasakan oleh team *post-production* sebagai hambatan yang terbesar. Seperti yang diutarakan Sigit Kuncoro selaku asisiten produser yang mambawahi bidang teknis.

Sigit Kuncoro menambahkan, bahwa situasi ini memang tidak dapat dihindari, mengingat keterbatasan alat dan banyaknya program yang harus melakukan penyuntingan gambar. Team “Smart Drive” dalam hal ini memiliki kiat tersendiri. Yaitu dengan cara melakuan proses *pra-editing*. Dengan cara ini proses penyuntingan gambar dapat menghemat waktu.

Cepat atau tidaknya ketersediaan gambar yang diperlukan pada setiap episodenya terkadang mengalami hambatan. Yaitu gambar untuk setiap sekmen belum tidak berututan datangnya. Terkadang kesediaan gambar untuk sekmen pertama bisa datang pada akhir penyuntingan gambar. Sedangkan gambar sekmen terakhir maupun sekmen yang terletak ditengah-tengah sudah siap dilakukan proses penyuntingan pada awal proses penyuntingan gambar. Untuk kendala yang satu ini, team *post-production* program “Smart Drive” mengatasinya dengan cara preview

gambar untuk sekmen mana saja yang telah siap untuk dilakukan proses penyuntingan gambar. Setelah di preview, gambar segera di *capture* dan langsung dilakukan proses penyuntingan gambar sesuai dengan sekmen mana gambar tersebut dibutuhkan. Begitu pula seterusnya, hingga keseluruhan gambar telah selesai dilakukan penyuntingan gambar.

Sedangkan hambatan dalam penggunaan efek audio dan efek visual dapat dikatakan minim terjadi. Karena penyuting gambar hanya tinggal menyesuaikan narasi yang ada. Namun terkadang dalam membuat efek visual, penyuting gambar memerlukan waktu ekstra yang cukup lama.

4.3. Pembahasan

Setelah menghimpun semua data-data yang ada maka penulis mencoba untuk membahas data-data tersebut sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada.

Sebagian besar dari program televisi yang dibuat oleh Metro TV adalah program paket berita. Baik itu yang bersifat berita secara umum maupun yang bersifat khusus. Diantara jenis program yang bersifat khusus seperti *Feature*, dan *Documenter* terdapat program program yang mengulas permasalahan seputar olah raga saja. Program ini dinamakan Infotaitmen Otomotif, dan salah satu program infotaitmen otomotif yang dibuat oleh pihak Metro TV adalah program “Smart Drive”. Dimana, “Smart Drive” merupakan program berita yang memberikan informasi mengenai keselamatan dalam berkendara.

Team produksi program “Smart Drive” secara garis besar terbagi atas beberapa team kecil yang berhubungan satu dengan yang lain dan berkordinasi dengan baik untuk menghasilkan program yang berkualitas. Team kecil tersebut terdiri atas team Pra-Produksi, team Produksi, dan team Pra-Produksi atau Post-Produksi. Yang berkerja menurut *job desksipion* mereka masing-masing. Team pra-produksi berperan dalam membuat ide penanyangan hingga pembuatan narasi. Team produksi berperan mengambil gambar sesuai dengan kebutuhan narasi. Sedangkan Team post-produksi berperan dalam proses penyuntingan gambar.

Proses penyuntingan gambar dapat dibilang mudah namun sulit. Mereka yang terlibat dalam proses penyuntingan gambar seringkali tertekan dengan waktu yang ada. Selain itu mereka juga hasur memiliki kreatifitas yang digabungkan dengan logika. Baik dalam melakukan pemilihan gambar, penyusunan gambar, hingga menggunakan efek audio dan efek visual. Oleh sebab itulah dalam penelitian ini di fokuskan kepada strategi penyuntingan gambar program “Smart Drive” dalam menggunakan efek audio dan efek visual.

Dalam membuat sebuah program acara pihak stasiun televisi banyak melakukan pertimbangan-pertimbangan, hal ini disebabkan dengan adanya faktor *idealisme* dan bisnis. Selain itu stasiun televisi juga melihat kompetitor dari pihak stasiun televisi laiannya, apakah program acara yang akan dibuat sudah ada atau belum. Untuk itulah Metro TV membuat program acara yang mengangkat permasalahan mengenai keselamatan dalam berkendara. Pada awal “Smart Drive” diproduksi, belum ada stasiun televisi yang menayangkan program infotaitmen otomotif yang mengangkat permasalahan mengenai keselamatan berkendara. Oleh

sebab itulah pihak Metro TV berani mengambil resiko untuk membuat tanyangan tersebut. Apa lagi ditambah dengan faktor keberhasilan Metro TV yang membuat program infotaitmen otomotif sebelumnya seperti Oto club dan Diploma Callege.

Namum, dalam pembuatan program televisi pihak Metro TV juga melihat dari empat fungsi pers yang mendasar. Keempat fungsi tersebut adalah sebagai berikut :⁸⁴

1. Fungsi menyiarkan informasi (*to inform*).
2. Fungsi mendidik (*to educate*).
3. Fungsi menghibur (*to entertain*).
4. Fungsi Mempengaruhi (*to influence*).

Karenanya dalam menentukan hasil program “Smart Drive”, penyuting gambar selalu mempertimbangkan beberapa fungsi diatas. Yaitu fungsi meyiarkan informasi, mendidik, dan menghibur. Bahkan dalam beberapa hal “Smart Drive” juga mempertimbangkan fungsi mempengaruhi untuk menciptakan tayangan yang berkualitas.

Persiapan sebelum melakukan penyuntingan gambar sangat diperlukan guna mencapai hasil yang maksimal, oleh karena itu team penyuntingan gambar ada baiknya melakukan proses perencanaan yang tercadapat pada proses *pra-editing*. Seperti preview gambar yang diberikan oleh kameraman setelah pengambilan gambar, dan mencatat gambar-gambara mana saja yang dibutuhkan sesuai dengan narasi yang tercantum didalam *rundown*. Hal ini ditujukan untuk efesiensi waktu

⁸⁴ Onong U. Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999, hal 149–150

dalam proses *capture* dan *off-line editing*. Langkah berikutnya dalam proses *pre-editing* adalah merencanakan efek audio dan video apa saja yang akan digunakan dalam proses penyuntingan gambar nantinya. Langkah ini diambil untuk menentukan akan dibuat seperti apakah tampilan gambar program ini.

Artinya, perencanaan merupakan hal penting dalam proses penyuntingan gambar, sehingga ketika melakukan penyuntingan gambar team penyuntingan gambar tidak lagi bingung dengan apa yang harus mereka lakukan. Atau gambar apa yang harus digunakan dan efek-efek apa yang harus digunakan baik efek audio maupun efek visual.

Hal ini dibutuhkan oleh penyunting gambar agar pada saat proses penyuntingan gambar berlangsung, mereka sudah mengetahui maksud dan tujuan dari penggunaan efek audio dan efek visual. Begitu pula dengan penggunaan transisi audio dan transisi visual. Selain untuk memperindah tampilan program, penggunaan efek dan transisi audio visual juga memiliki tujuan untuk memperjelas informasi yang disampaikan.

BAB V

Penutup

5.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses strategi penyutungan gambar program “Smart Drive” dalam menggunakan efek audio dan efek visual pada episode 65 dan 67, adalah perencanaan dalam menggunakan efek audio dan efek visual agar gambar yang mengalami proses penyutungan sesuai dengan tujuan awal penyutungan gambar program “Smart Drive”. Yaitu memberikan informasi sesuai dengan fakta kepada pemirsa melalui tampilan gambar dan suara yang berkualitas. Atau dengan kata lain menciptakan program yang berkualitas dari sisi tampilan gambar dan suara agar informasi yang disampaikan sesuai dengan fakta dilapangan. Karena tayangan Smart Drive sangat menekankan keasahan dan kebenaran fakta mengenai informasi seputar dunia Otomotif.

Dalam penyutungan gambar “Smart Drive” ini narasi yang telah dibuat sesuai dengan fakta disusun dengan gambar yang mendukung narasi tersebut sesuai dengan rencana yang ada. Agar informasi yang diberikan oleh pemirsa lebih memiliki dampak yang lebih besar. Hal inilah yang membuat proses penyutungan gambar program “Smart Drive” menjadi salah satu proses yang penting dalam produksi program secara keseluruhan.

Penggunaan efek audio dalam penyutungan gambar “Smart Drive” pada episode 65 dan 67, dapat menciptakan mood tersendiri pada program tersebut. Penggunaan efek audio yang tepat adalah efek audio yang mendukung gambar dan narasi yang ada dengan melihat tujuan pembuatan program acara dan juga melihat

segmentasi audiens program itu sendiri. Kesalahan penggunaan efek audio berakibat hilangnya jumlah pemirsa yang sesuai dengan segmentasi dan tujuan pembuatan program acara. Salah satu cara penggunaan efek audio yang tepat adalah menggunakan transisi audio pada setiap audio yang ada. Sehingga audio yang ditampilkan tidak terasa aneh ditelingan pemirsa.

Sedangkan penggunaan efek visual pada episode 65 dan 67 tanyangan “Smart Drive” lebih berperan dalam memperindah tampilan gambar dan juga mensiasai kurangnya ketersediaan *footage* yang ada untuk sebuah paket berita. Selain itu efek visual juga memperjelas sebuah informasi yang dirasa sangat penting. Atau juga memberikan kesan tersendiri pada sebuah tampilan gambar dengan cara menggunakan transisi visual. Kesan yang diciptakan oleh penggunaan transisi visual dalam paket berita tentunya diberpatokan kepada tujuan awal dari perencanaan penyutingan gambar yang ada.

Hambatan terbesar yang terjadi dalam penyutingan gambar pada program-program acara yang dibuat oleh stasiun TV adalah tidak banyaknya ketersediaan waktu penyutingan gambar pada sebuah program acara. Ditambah lagi dengan persoalan didalam team produksi itu sendiri. Seperti *date line* kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengambilan gambar dilapangan yang tentunya mempengaruhi ketepatan dan kecepatan dalam melakukan penyutingan gambar. Oleh sebab itulah team post-produksi menentukan gambar nama yang memungkinkan untuk dilakukan proses penyutingan gambar terlebih dahulu yang dipikirkan pada saat proses perencanaan penyutingan gambar. Dengan tujuan untuk meminimalis hambatan-hambatan yang terjadi selama melakukan penyutingan gambar terutama *date line*.

Tentunya bila dilihat dari formula Lasswell, secara umum perencanaan penyutingan gambar dalam menggunakan efek audio dan efek visual memiliki tujuan

menciptakan pengaruh terhadap pemirsa berupa peningkatan keselamatan dalam berkendara. Dengan cara menampilkan kualitas gambar dan suara yang sigkron didalam paket program secara untuh.

4 . 2 . Kritik dan Saran

“Smart Drive” di Metro TV sedah berbaran sebagai media yang menjembatani pengguna kendaraan dengan faktor keselamatan berkendara. Dengan mengangkat tema “Smart Drive, be smart before you drive”, program ini dapat membantu pengguna kendaraan meminimalis dampak kecelakaan dalam berkendara, bahkan menghindari kecelakan dalamberkendara. Selain itu “Smart Drive” juga telah menjadi pelopor program yang mengangkat sisi *education*, dimana belakangan ini sisi tersebut sudah banyak dilupakan oleh pembuat program acara *Soft News* dan program acara *Non New* secara umum dan khususnya program yang bergedre infotaitmen otomotif.

Kritik yang dapat penulis berikan kepada pihak “Smart Drive” adalah dalam penanyangan program terkadang terdapat efek audio yang bersifat *back saund* dirasa kurang terdengar. Hal ini bisa menyebabkan kurangnya penciptaan *mood* yang ingin diciptakan. Lalu kurangnya penggunaan efek visual yang bersifat untuk memperjelas informasi pada narasi yang ada. Dengan cara membuat *grafik montion* untuk pengulangan gambar yang dirasa tidak perlu. Atau tulisan mengenai data-data yang akurat pada teknologi pada sebuah kendaraan tertentu. Selain itu tidak terdapatnya keterangan atau *statmen* dari pihak yang berkompeten atau orang yang ahli dalam bidang keselamatan berkendara. Sebagai contoh, informasi mengenai bagaimanacara yang banar bila ingin menyalip mobil yang berada didepan kita dijalan tol. Tentunya dibutuhkan juga keterangan adri pihak Jasa Marga atau pihak Kepolisian.

Sedangkan Saran yang dapat penulis berikan kepada pihak “Smart Drive” adalah dalam proses penyutingan gambar tetap menggunakan strategi penyutingan gambar sehingga dapat menghasilkan paket informasi “Smart Drive” yang berkualitas yang mampu menjadi acuan bagi masyarakat mengenai keselamatan berkendara. Terakhir penulis hanya bisa memberi saran selalu pertahankan originalitas ide awal pembuatan program “Smart Drive”. Baik dalam penyampaian paket informasi pada umumnya dan proses penyutingan gambar pada khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Akdon. Dr. M.Pd, Strategi Management, Alfabeta, Bandung 2006
- Ardianto. Elvinaro, Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Simbiosis, Bandung, 2004.
- Effendy. Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Remadja Rosdakarya, Bandung, 2003.
- Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Dmytryk. Edward, *On Film Editing: An Introduction to the Art of Film Construction*, Focal Press, Boston 1984.
- Gora S. Winastwan, Motion Graphic & Visual Effect Menggunakan Adobe After Effects 6.5, Bandung 2005.
- Iskandar Muda. Dedy, Jurnalistik Televisi, Remaja Rosdakarya Bandung, 2003
- Morissan. Jurnalis Televisi, Ramdina Prakasa, 2005.
- Murch. Walter, *In the Blink of an Eye: a Perspective on Film Editing*, Silman-James Press, 2d rev. ed., 2001.
- Purwanto. Edi, Cara Cepat Belajar Adobe Premier Pro, Informatika, Bandung 2005.
- Rakhmat. Jallaludin, Psikologi Komunikasi, Remadja Rosdakarya, Bandung 2002.
- Metode Penelitian Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung 2004.
- Siregar. Ashadi, Menyingkap Media Penyiaran, LP3Y, Yogyakarta 2001.

2. WEBSITE

- Fromscripttodvd.com , "2004 Oscar Nominees Discuss their Craft at the Egyptian Theater", American Cinema Editors, 2004
- Wikipedia.com, "Editor", 2007
- Transisi", 2007
 - Visual Efek", 2007
 - What is Strategy", 2007

3. FILE PDF

- Underdahl. Keith, *Adobe Premier Elemen For Dummies*. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis 2005.

DRAFT WAWANCARA

1. Jelaskan tahapan perencanaan penyuntingan gambar program Smart Drive?
2. Jelaskan proses produksi secara keseluruhan dari program Smart Drive mulai dari awal konsep hingga menjadi sebuah tayangan yang siap untuk disiarkan?
3. Jelaskan tujuan dari penyuntingan gambar yang dilakukan pada program Smart Drive?
4. Apa saja yang menjadi dasar atau landasan untuk menentukan penyuntingan gambar? Jelaskan masing-masing dasar penyuntingan tersebut!
5. Jelaskan proses tahap *Pra-Editing*? Seperti Preview, Storyboard, Shoting list, dan Rundown. Dan seberapa pentingkah tahapan tersebut dilakukan?
6. Siapa saja yang berperan dalam melakukan proses penyuntingan gambar program Smart Drive?
7. Jelaskan langkah-langkah seorang penyuting gambar untuk menentukan dasar atau patokan untuk penyuntingan gambar?
8. Bagaimana langkah-langkah melakukan penyuntingan gambar pada program Smart Drive?
9. Adakah kiat-kiat khusus dalam melakukan penyuntingan gambar? Agar hasilnya nanti menjadi program yang baik.
10. Mengapa sebuah sistem penyuntingan gambar tertentu dipilih untuk melakukan penyuntingan gambar?
11. Jelaskan langkah-langkah proses penyuntingan gambar pada program ini dengan menggunakan sistem tersebut?

(no. 10 & 11 untuk sistem non-linier)

12. Dari sekian banyak software penyuntingan gambar yang ada, Software apa yang digunakan untuk melakukan penyuntingan program ini? Dan Mengapa software tersebut dipilih?
13. Menurut Bapak, dibandingkan dengan software penyuntingan gambar yang lain, apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan software tersebut?
14. Jelaskan apa saja yang dilakukan seorang penyunting gambar dalam melakukan penyuntingan gambar?
15. Jelaskan pemahaman dan pendapat anda tentang efek audio dan efek visual didalam penyuntingan gambar?
16. Bagaimanakah cara menentukan efek audio apa yang tepat untuk digunakan dalam sebuah penyuntingan gambar? Khususnya program Smart Drive ini!
17. Adakah kiat-kiat khusus yang harus diperhatikan oleh penyunting gambar untuk menggunakan sebuah efek audio dan efek visual?
18. Jelaskan apa yang dimaksud dengan transisi? Dan bagaimanakah perbedaan antara transisi audio dan transisi visual?
19. Kapan sebuah transisi audio dan transisi visual digunakan dalam sebuah penyuntingan gambar?
20. Transisi audio dan transisi visual apa saja yang direkomendasikan untuk digunakan dalam sebuah produksi program acara ber-genre *Magazin TV* seperti Smart Drive? Dan mengapa?

21. Dalam program Smart Drive ini, jenis efek visual dan transisi visual apa saja yang digunakan dalam program ini? Dan Mengapa transisi visual dan efek visual tersebut dipilih?
22. Apakah sebuah footage harus selalu menggunakan efek audio-visual dan juga transisi audio-visual?
23. Bagaimanakah perbedaan dari footage yang menggunakan dan yang tidak menggunakan efek audio dan efek visual?
24. Bagaimana cara menentukan tujuan dalam penggunaan efek audio dan efek visual tertentu dalam program ini? Dan bagaimana pula dengan tujuan penggunaan transisi audio dan transisi visual dalam program ini?
25. Pertimbangan apa saja yang mendasari seorang penyunting gambar dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah efek audio dan efek visual tertentu? Dan bagaimana pula dengan penggunaan transisi audio dan transisi visual?
26. Darimana saja ide untuk pembuatan sebuah efek visual yang digunakan untuk program ini tercipta?
27. Adakah langkah-langkah kongkrit yang dilakukan oleh team produksi agar penggunaan efek audio dan efek visual secara keseluruhan dari sebuah produksi program sudah layak dan baik untuk diproduksi?
28. Bagaimana mekanisme pemantauan dan evaluasi dalam proses penyuntingan gambar program Smart Drive, khususnya dalam penggunaan efek audio dan efek visual?
29. Siapa sajakah yang terlibat dalam proses pemantauan dan evaluasi proses penyuntingan gambar program Smart Drive ini?

30. Dari hasil evaluasi yang telah didapatkan oleh team, nantinya akan digunakan untuk apa?

TRANSKIP WAWANCARA

1. Jelaskan proses produksi secara keseluruhan dari program Smart Drive mulai dari awal konsep hingga menjadi sebuah tayangan yang siap untuk disiarkan?

Pertama-tama adalah pengumpulan ide dan pembuatan konsep yang nantinya dituangkan kedalam proposal. Setelah itu kita bikin demo tape-nya untuk dipresentasikan oleh team penilai siaran. Kalo disetujui baru kita jalan secara keseluruhan. Tapi itu juga dikasih batas percobaan 13 episode, apakah berhasil apa tidak. Pada tingkat team produksi bila demo tape sudah disetujui maka kita langsung buat narasi dan Run down buat setiap episodanya ditambah dengan menghubungi nara sumber. Kalo sudah beres baru kita ambil gambar dilapangan, dubbing, shooting di studio, terus ngedit, lalu preview, terakhir diserahkan ke master control untuk disiarkan.

2. Jelaskan tahapan perencanaan penyuntingan gambar program Smart Drive?

Dalam program Smart Drive ada beberapa tahapan yang harus dilakukan sebelum kita melakukan penyuntingan gambar. Yaitu merencanakan apa saja yang ingin kita sajikan pada setiap episodanya. Lalu kita menentukan jadwal penyuntingan, jadwal ini disesuaikan oleh gambar nama yang bisa di lakukan penyuntingan terlebih dahulu. Karena setiap footage yang kita perlukan dalam satu episode belum tentu diambil secara berurutan. Sedangkan waktu kita sangat mepet alias uber setoran. Selain itu kita juga harus memikirkan urutan footage pada setiap segmennya yang nantinya dituangkan dalam Run Down. Pada saat memikirkan urutan footage inilah kita juga

sudah harus menentukan pula efek audio dan efek visual apa saja yang ingin digunakan.

3. Jelaskan tujuan dari penyuntingan gambar yang dilakukan pada program Smart Drive?

Proses penyuntingan gambar pada program Smart Drive memiliki tujuan untuk membuat sebuah gambar yang baik. Dengan cara memilih footage-footage dari kaset-kaset yang banyak jumlahnya, setelah memilih kita satukan kembali dengan narasi pula. Selain itu kita tambahkan ilustrasi musik. Yang pasti tujuan akhirnya adalah program ini bisa dinikmati oleh pemirsa. Itu berat loh mas! karena itu adalah tanggung jawab kita untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada masyarakat. Kalo penyuntingan gambar kita asal-asalan bisa dipastikan pemirsa pasti bingung. Sebagai contoh, narasi kita sedang menjelaskan kekuatan mesin sedangkan footagenya adalah footage pintu, kursi, atau bahkan bagasi. Enggak nyambung kan?

4. Apa saja yang menjadi dasar atau landasan untuk menentukan penyuntingan gambar? Jelaskan masing-masing dasar penyuntingan tersebut!

Yang pertama segmentasi audiens. Segmentasi audiens ini adalah dasar kita untuk menentukan mau diapakan program ini. Kebetulan segmentasi audiens Smart Drive adalah mahasiswa ke-atas. Jadi kita tidak memberikan gambar yang bikin pusing kepala. Kasihan, mereka kan sudah lelah dikantor. Kalo diberi tanyangan yang terlalu ekstrim bisa tambah pusing mereka. Selanjutnya adalah kita harus selalu

memperhatikan *rundown* dan narasi agar gambar yang kita gunakan sinkron dan pas, dan unsur ini tidak boleh dilupakan.

5. Jelaskan proses tahap *Pra-Editing*? Seperti *Preview*, *Storyboard*, *Shooting list*, dan *Rundown*. Dan seberapa pentingkah tahapan tersebut dilakukan?

Kalo di Smart Drive ini pada *Pra-Editing* kita hanya melakukan *Preview* saja. Sedangkan *Storyboard* dan *Shooting list* itu tidak pernah kita buat. Soalnya kameraman kita dari sebelum mengambil gambar sudah harus bisa menentukan gambar apa saja yang mau diambil hanya dari *Rundown*. Sedangkan penyuting gambar juga sudah harus bisa menentukan footage mana saja yang mau dipergunakan hanya dengan melihat *Rundown*. *Preview* sangat penting kita lakukan, karena penggunaan alat penyuntingan sangat terbatas waktunya. Belum lagi dengan banyaknya jumlah kaset yang ada. Jadi dengan *preview* kita bisa memilih gambar mana saja yang mau kita *capture* untuk nantinya kita gunakan dalam program.

6. Siapa saja yang berperan dalam melakukan proses penyuntingan gambar program Smart Drive?

Selain penyuting gambar dan kordinator penyuting gambar, ada asisten produser yang membawahi hal-hal teknis dan tentunya produse itu sendiri. Fungsinya adalah untuk saling mengingatkan bila ada kesalah dalam proses penyuntingan yang sedang dilakukan oleh penyuting gambar. Terakhir adalah produser yang berperan dalam mengkoreksi gambar diakhir proses penyuntingan.

7. Jalaskan langkah-langkah seorang penyunting gambar untuk menentukan dasar atau patokan untuk penyuntingan gambar?

Yang pertama melihat segmentasi audiens. Segmentasi audiens ini adalah dasar kita untuk menentukan mau diapakan program ini. Kebetulan segmentasi audiens Smart Drive adalah mahasiswa ke-atas. Jadi kita tidak memberikan gambar yang bikin pusing kepala. Kasihan, mereka kan sudah lelah dikantor. Kalo diberi tanyangan yang terlalu ekstrim bisa tambah pusing mereka. Selanjutnya adalah kita harus selalu memperhatikan *rundown* dan narasi agar gambar yang kita gunakan sinkron dan pas, dan unsur ini tidak boleh dilupakan.

8. Bagaimana langkah-langkah melakukan penyuntingan gambar pada program Smart Drive?

Pertama adalah proses Preview gambar. Setelah itu masuk ketahapan off-line untuk melakukan proses capture, memasukan narasi, dan menyusun gambar sesuai narasi juga memasukan efek audio visual. Bila semuanya sudah selesai, baru kita masuk ke proses on-line editing untuk melakukan render atau menyatukan gambar menjadi sebuah video yang utuh.

9. Adakah kiat-kiat khusus dalam melakukan penyuntingan gambar? Agar hasilnya nanti menjadi program yang baik.

Pertama kita harus selalu melihat segmentasi audiens program yang kita kerjakan.

Ke-dua adalah perhatikan Rundown dan narasi yang ada. Ke-tiga penggunaan efek

visual dan audio termasuk transisi itu diperbolehkan tapi jangan berlebihan karena juga bisa membuat orang enggan menonton.

10. Sistem penyuntingan gambar apa yang dipilih untuk melakukan penyuntingan gambar? Dan kenapa sistem tersebut dipilih.

Sistem yang kita gunakan adalah Non-Linier atau penyuntingan gambar menggunakan komputer. Kita pilih karena bila menggunakan sistem ini kita dapat mengerjakan bagian tertentu yang sudah siap dilakukan penyuntingan. Karena gambar yang diambil di lapangan tidak dapat dipastikan urutannya.

11. Jelaskan langkah-langkah proses penyuntingan gambar pada program ini dengan menggunakan sistem tersebut?

Pertama proses capture, lalu kita lakukan pemilihan gambar, pemotongan gambar, memasukan narasi dan musik. Setelah semuanya beres baru kita render off-line. Kalau sudah tidak ada perubahan baru kita *Print* atau render on-line.

(no. 11 & 12 untuk sistem non-linier)

12. Dari sekian banyak software penyuntingan gambar yang ada, Software apa yang digunakan untuk melakukan penyuntingan program ini? Dan Mengapa software tersebut dipilih?

Kita menggunakan Avid untuk software-nya. Karena kecepatan dalam merender dan mengeprintnya. Dan software ini adalah standar untuk Broadcast.

13. Menurut Bapak, dibandingkan dengan software penyuntingan gambar yang lain, apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan software tersebut?

Keuntungannya mudah digunakan dan juga cepat dalam proses render, baik on-line maupun off-line. Kelemahannya adalah kurang baik untuk membuat keragaman efek visual dibandingkan oleh Premier Pro. Karena Avit tidak kompetibel dengan software yang lain tidak seperti Premier yang banyak kompetibel dengan software pug-in lainnya. Ditambah harganya yang cukup cenderung lebih mahal dibandingkan Premier.

14. Jelaskan apa saja yang dilakukan seorang penyuting gambar dalam melakukan penyuntingan gambar?

Yang dilakukan oleh penyuting gambar adalah Preview gambar, memilih gambar yang ingin digunakan, mengcapture gambar yang diinginkan, lalu memotong gambar yang kurang pas, memberikan efek audio dan visual juga transisi audio dan visual, memasukan ilustrasi musi dan narasi, evaluasi gambar, trakhir print gambar.

15. Jelaskan pemahaman dan pendapat anda tentang efek audio dan efek visual didalam penyuntingan gambar?

Efek audio adalah suara-suara yang kita masukan yang bersumber dari selain suara natural. Biasanya digunakan untuk *black sound* maupun memperjelas suara pada gambar yang kita tidak dapatkan dalam pengambilan gambar seperti suara kenalpot mobil atau suara mobil itu sendiri. Sedangkan efek visual adalah tampilan yang kita buat untuk memperindah gambar. Selain itu efek visual juga mempunyai fungsi untuk memperjelas informasi. Bila kita tidak mempunyai gambar yang kita inginkan.

16. Bagaimanakah cara menentukan efek audio apa yang tepat untuk digunakan dalam sebuah penyuntingan gambar? Khususnya program Smart Drive ini!

Kembali kepada sekmentasi audiens, selain itu kita juga harus berpatokan kepada gambar dan narasi untuk menentukan efek apa yang tepat untuk kita gunakan.

17. Kapankah sebuah efek visual digunakan pada program Smart Drive?

Pada program program Smart Drive efek visual digunakan hanya untuk memperjelas informasi dan bila ada permasalahan kesedian gambar dan narasi tidak memungkinkan untuk menjelaskan secara lengkap. Contohnya, pada saat narasi menjelaskan bagaimana perbedaan teknologi keselamatan dari dua buah kendaraan, maka penyuting gambar membuat efek visual berupa *Two Layer* untuk memperlihatkan perbedaan yang dimaksud. Sedangkan pada kesediaan gambar yang ada, efek visual digunakan bila mana team Smart Drive tidak memiliki footage yang dimaksudkan oleh narasi seperti menjelaskan kinerja dari *shock blacker* sebuah kendaraan. Kebetulan kita tidak memiliki gambarnya, maka kita bisa menggunakan efek visual berupa animasi grafik

18. Adakah kiat-kiat khusus yang harus diperhatikan oleh penyuting gambar untuk menggunakan sebuah efek audio dan efek visual?

Yang pasti jangan terlalu berlebihan. Karena penggunaan efek bisa membuat tampilan footage yang bagus juga dapat menjadi bumerang sehingga pemirsa males untuk menonton. Selain itu selalu perhatikan tujuan awal program yang kita edit.

19. Jelaskan apa yang dimaksud dengan transisi? Dan bagaimanakah perbedaan antara transisi audio dan transisi visual?

Transisi adalah sebuah cara yang biasa digunakan untuk menjembatani antara footage yang satu dengan yang lain atau audio yang satu dengan yang lain. Perbedaannya adalah fungsinya, transisi visual itu digunakan untuk footage. Sedangkan transisi audio tentunya untuk audio. Dan transisi audio yang kita gunakan hanya terdiri dari dua cara. Yaitu menaikkan audio dan menurunkan audio atau keduanya dalam waktu yang bersamaan. Kalo transisi visual memiliki banyak ragamnya. Baik yang digunakan diawal maupun diakhir footage atau keduanya. Jadi kita bisa memasukan beberapa transisi visual yang berbeda dalam program yang kita buat.

20. Kapan sebuah transisi audio dan transisi visual digunakan dalam sebuah penyuntingan gambar?

Seperti yang tadi saya katakan, transisi audio kita gunakan bilamana kita ingin menaikkan atau menurunkan audio atau juga pada potongan musik agar musik tersebut enak didengar. Sedangkan transisi visual kita gunakan pada saat tertentu saja. Seperti menjelaskan perpindahan waktu, menciptakan mood kepada penonton, mengakali footage yang terlihat ganjil, menjelaskan perpindahan tempat agar tidak terjadi *jumping shoot*, menjelaskan perubahan sequen maupun scen, dan lain-lain.

21. Efek audio dan transisi audio apa saja yang direkomendasikan untuk digunakan dalam sebuah produksi program acara ber-genre *Magazin TV* seperti Smart Drive?

Dan mengapa?

Efek audionya akan lebih baik menggunakan musik yang santai dan lembut. Seperti Jazz, pop, dan Blues. Atau menggunakan instrumen juga bisa. Nah kalo instrumen bisa yang lembut dan santai atau yang sedikit agak *ngebit* sesuai kebutuhan pada narasi dan gambar. Ini dipilih karena sekmentasi kita adalah para Profesional dan mereka membutuhkan releksasi setelah beraktifitas. Dan menurut para ilmuan psikologi musik instrumen dapat menenangkan pikiran seseorang yang sedang penan dengan aktifitas mereka. Sedangkan transisi audionya hanya Power dan Gain saja. Tentunya dengan maksud agar pemirsa tidak kaget dalam mendengarkan backsound yang ada. Agar tidak kaget itulah kita gunakan transisi yang membuat audio berlahan-lahan menaik atau menurun volumenya. Selain itu penggunaan transisi juga dapat digunakan pada perbedaan volume audio yang secara mendadak. Karena biasanya kita membuat back sound itu lebih rendah volumenya dibandingkan dengan volume narasi dengan perbandingan 70% untuk narasi dan 30% untuk efek audio pada saat keduanya digunakan secara bersamaan.

22. Dalam program Smart Drive ini, jenis efek visual dan transisi visual apa saja yang digunakan dalam program ini? Dan Mengapa transisi visual dan efek visual tersebut dipilih?

Saya tidak berani membuat sebuah patokan untuk peyuting gambar yang lain, tapi di program kami transisi visual yang digunakan hanya sebatas Solve atau fade dan cut to

cut, tergantung tujuannya. Kalo pun diluar dari itu kita hanya menggunakan transisi yang berciri atau memiliki sifat yang sejenis dengan solve. Sedangkan efeknya itu bisa berubah-ubah pada setiap episodnya bahkan setiap segmennya. Efek visual harus disesuaikan oleh narasi yang telah ada. Contohnya, bila narasi sedang menjelaskan perbedaan bagian tertentu dari dua mobil, maka kita bisa membuat efek *Two Layer*. Tapi saya hanya menyarankan untuk warna tittle itu jangan sampai sama dengan warna dominan dari footage. Itu aja yang bisa saya sarankan.

23. Apakah sebuah footage harus selalu menggunakan efek audio-visual dan juga transisi audio-visual?

Tidak selamanya footage harus menggunakan efek dan transisi visual. Takutnya fakta atau kebenaran informasi menjadi kabur. Karena efek dan transisi ibarat dua sisi mata uang logam. Bisa membuat bagus gambar, tapi juga bisa membuat hancur gambar tersebut. Tapi ada pengecualian untuk transisi audio nih! Itu kudu, wajib, harus, mutlak digunakan. Tidak ada toleransi sedikit pun. Sedangkan penggunaan efek audio tergantung dari kebutuhan narasi saja.

24. Bagaimanakah perbedaan dari footage yang menggunakan dan yang tidak menggunakan efek audio dan efek visual?

Bisa bagus bisa juga tidak. Kalo penggunaannya benar maka gambar tersebut akan lebih bagus dibandingkan yang tidak. Kalo tidak benar maka akan lebih jelek tentunya dari yang tidak menggunakan.

25. Bagaimana cara menentukan tujuan dalam penggunaan efek audio dan efek visual tertentu dalam program ini? Dan bagaimana pula dengan tujuan penggunaan transisi audio dan transisi visual dalam program ini?

Kembali melihat siapa yang menonton program yang kita kerjakan. Lalu liat informasi apa yang ingin kita sampaikan. Terakhir liat narasi, apakah sudah tepat kita menggunakan efek dan transisi tersebut dengan narasinya.

26. Pertimbangan apa saja yang mendasari seorang penyunting gambar dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah efek audio dan efek visual tertentu? Dan bagaimana pula dengan penggunaan transisi audio dan transisi visual?

Biasanya konsep awal program tersebut dan narasi yang sudah ada tentunya. Ditambah dengan kesediaan footage yang ingin kita gunakan. Contoh, sewaktu melakukan penyuntingan gambar, narasi menjelaskan kinerja dari *shock blacker* sebuah kendaraan. Kebetulan kita tidak memiliki gambarnya, maka kita bisa menggunakan efek visual berupa animasi grafik.

27. Darimana saja ide untuk pembuatan sebuah efek visual yang digunakan untuk program ini tercipta?

Bisa dari coba-coba atau belajar, bisa juga dari melihat dari program lain. atau bisa juga dari produser, asisiten produser, bahkan teman-teman peyuting gambar laiannya.

28. Adakah langkah-langkah kongkrit yang dilakukan oleh team produksi agar penggunaan efek audio dan efek visual secara keseluruhan dari sebuah produksi program sudah layak dan baik untuk diproduksi?

Tentunya ada. Semuanya dilakukan pada saat preview sebelum dan sesudah kita print gambar yang telah kita kerjakan. Preview ini bisa dilakukan berulang-ulang sebelum hasil akhirnya itu diserahkan ke master control.

29. Bagaimana mekanisme pemantauan dan evaluasi dalam proses penyuntingan gambar program Smart Drive, khususnya dalam penggunaan efek audio dan efek visual?

Evaluasi dilakukan mulai saat on-line editing. Gambar yang kurang tepat dapat kita ganti atau menambahkan tittle. Setelah diprint pun kita evaluasi pula gambar yang ada. Kalo masih ada kesalahan kita benarin lagi dan kita print lagi. Begi seterusnya sebelum gambar tersebut benar-benar siap untuk disiarkan. Ini dilakukan bersama produser dan asisiten produser. Setelah disiarkan, evaluasi dilakukan oleh team Rised untuk melihat kekurangan apa yang dimiliki oleh program tersebut dan dilaporkan kepada team produksi untuk dilakukan pembenaran pada episode berikutnya.

30. Siapa sajakah yang terlibat dalam proses pemantauan dan evaluasi proses penyuntingan gambar program Smart Drive ini?

Dari team produksi ada kepala penyuting gambar, penyuting gambar, produser, dan asisiten produser. Sedangkan pada tingkat setasiun TV ada Departemen Rised.

31. Dari hasil evaluasi yang telah didapatkan oleh team, nantinya akan digunakan untuk apa?

Tentunya untuk melakuakn pembenaran atas kesalahan dan kekurangan yang ada pada setiap episodanya agar episode berikutnya jauh lebih baik. Selain itu kita juga dapat melihat kesukaan dan minat pemirsa atas sebuah informasi. Ini digunakan untuk patokan kita dalam menampilkan informasi apa yang akan kita sampaikan kepada masyarakat untuk episode berikutnya.

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Henny Puspitasari
Jabatan : PR & Publicity Manager
METRO TV
Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D,
Kedoya, Kebon Jeruk
Jakarta 11520

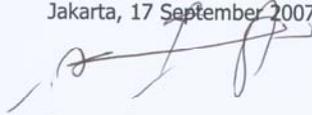
Menerangkan bahwa yang bersangkutan :

Nama : Fauzan Dwi Kurnia
Mahasiswa : Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Nim : 04103-089

Adalah telah melakukan penelitian di Metro TV untuk penyusunan skripsi dengan judul :
**"STRATEGI PENYUNTINGAN GAMBAR PROGRAM SMART DRIVE DI METRO TV
DALAM MENGGUNAKAN DAN MENERAPKAN TRANSISI VISUAL DAN EFEK
VISUAL"**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sesuai
keperluannya.

Jakarta, 17 September 2007



Henny Puspitasari
PR & Publicity Manager

Fax:
up: lusi / Indah

**NASKAH HOST SMART DRIVE
EPISODE 65**

OPENING PROGRAM

Sehubungan dengan event Indonesia International Motor Show 2007 lalu, kami telah memberi gambaran sepintas tentang beragam produk mobil yang kini memasuki pasar otomotif di Tanah Air. Dan SMART DRIVE telah menjajal langsung beberapa di antaranya. Salah satunya, akan kami ulas khusus untuk Anda pada episode kali ini.

FILLER Mitsubishi Triton

SEGMENT 1

Dasar penciptaannya, sesungguhnya untuk menaklukkan medan berat. Tapi konsumen yang menuntut jenis kendaraan multi-fungsi, menjadikan mobil ini hadir dengan tampilan menawan. Hebatnya, aspek performa juga tak luput dari pembenahan. Saya INDAH KIRANA akan menemani Anda menyimak ulasan produk mobil dimaksud melalui segmen DRIVE AND DESCRIBE berikut...

**CONTENT DRIVE & DESCRIBE:
POWERFUL IS BEAUTIFUL**

CLOSING SEGMENT 1

Kita akhiri dulu cerita di seputar mobil penjelajah medan berat yang kian tampil menawan ini. Karena di segmen berikutnya, SMART DRIVE akan mengantarkan Anda mengikuti pemaparan tentang fenomena berbelanja aksesoris mobil yang dikembangkan beberapa outlet. Tapi sebelum itu, kita simak dulu yang satu ini...

COMMERCIAL BREAK 1

SEGMENT 2

Membeli barang pelengkap atau aksesoris mobil, bagi sebagian orang tampaknya menjadi hal wajib. Entah itu berupa velg dengan desain menarik, atau perangkat audio yang lebih berkualitas ketimbang produk bawaan pabrik. Masalahnya, bagaimana bila dana tunai Anda tidak mencukupi pada saat tersebut? Jangan khawatir. Segmen DRIVE AND DESIRE akan menyajikan trend belanja aksesoris otomotif yang patut Anda pertimbangkan.

**CONTENT DRIVE & DESIRE
TREND BELANJA AKSESORI MOBIL**

CLOSING SEGMENT 2

Aha..., melalui sajian ini, boleh jadi persoalan Anda mendandani mobil sudah bisa teratasi. Dan seperti biasa, kami pun menutup segmen ini dengan mengajak Anda memahami ensiklopedi otomotif berikut melalui DRIVE TO KNOW.

FILLER DRIVE TO KNOW

COMMERCIAL BREAK 2

SEGMENT 3

Di segmen DRIVERS DIARY ini, crew SMART DRIVE sudah menyiapkan rangkaian liputan yang khusus kami kemas untuk Anda. Kita ikuti bersama ...

CONTENTS DRIVERS DIARY

Ratusan e-mail yang kami terima setiap pekan yang dikirim pemirsa melalui: smartdrive.metrotv@gmail.com. Sayangnya, keterbatasan waktu membuat kami hanya bisa membacakan salah satu di antaranya. E-mail siapakah yang terpilih? Ini dia....

(host membacakan e-mail yang dikirim pemirsa – hanya inti pertanyaan saja).

Seperti apa jawaban SMART DRIVERS? Ikuti pemaparannya berikut ini...

(Jawaban SMART DRIVERS dalam bentuk filler).

Anda ingin lebih mengetahui dan memahami cara mengemudi serta prosedur berkendara yang baik dan aman di jalan raya? Atau ingin mendapatkan referensi bagaimana menangani gangguan pada kendaraan Anda? Kirimkan pertanyaan Anda melalui e-mail ke alamat berikut ini:

TEMPLATE E-MAIL

smartdrive.metrotv@gmail.com

Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda meluangkan waktu menyimak program yang menjadi pelopor edukasi otomotif ini. Semoga sajian kami selama lebih kurang tiga puluh menit ini, memberi manfaat bagi Anda. Terus saksikan episode SMART DRIVE, setiap Selasa pukul 21.30, hanya di Metro TV. Smart Drive, be smart before you drive....

RUN DOWN EPISODE-65

Visual	Narasi	Ket
Bumper to program...		
JUDUL: MOBIL SEPEREMPAT MILIAR		
Host...	Sehubungan dengan event Indonesia International Motor Show 2007 lalu, kami telah memberi gambaran sepintas tentang beragam produk mobil yang kini memasuki pasar otomotif di Tanah Air. Dan SMART DRIVE telah menjajal langsung beberapa di antaranya. Salah satunya, akan kami ulas khusus untuk Anda pada episode kali ini.	
<i>Filler IIMS 2007...</i>	Music aja....	
Host...	Dasar penciptaannya, sesungguhnya untuk menaklukkan medan berat. Tapi konsumen yang menuntut jenis kendaraan multi-fungsi, menjadikan mobil ini hadir dengan tampilan menawan. Hebatnya, aspek performa juga tak luput dari pembenahan. Saya INDAH KIRANA akan menemani Anda menyimak ulasan produk mobil dimaksud melalui segmen DRIVE AND DESCRIBE berikut...	
Bumper to segment-1		
<i>Strada Triton bermanuver ...</i>	Triton, nama yang sering disebut-sebut para penggemar mobil double cabin belakangan ini. Dan hampir semua pujian, merujuk pada tampilannya yang menawan. Dan entah kenapa, Mitsubishi menyebut produknya ini dengan nama lengkap Strada Triton. Mengingat, bila dikaitkan dengan ensiklopedia, Triton merupakan nama salah satu dewa dalam peradaban kuno Yunani. Dia adalah putra Poseidon yang menguasai lautan. Padahal, Strada Triton jelas didesain untuk beraksi di darat.	
<i>Ford Ranger bermanuver...</i>	Hebatnya, ancaman yang ditebar Triton langsung mengarah pada pesaingnya di kelas ini. Salah satunya, Ford Ranger. Ini sekaligus ironis. Soalnya, Ford Motor Company, justru pada 1997 merilis mesin berkonfigurasi V8 berkapasitas 4,6 liter yang dinamai Triton dan diaplikasi pada Ford F-150 dan F-250.	
<i>Beauty shoot</i>	Tapi lupakan soal nama, persaingan serta ancaman itu	

<i>Strada Triton...</i>	yang sudah banyak dibahas di berbagai media. Bila Anda memiliki dana sedikit lebih dari seperempat miliar rupiah, atau tepatnya 260 juta perak, Mitsubishi Strada Triton memang layak dipertimbangkan. Tak sekadar unggul dari segi performa, tapi mobil yang didesain oleh Akiro Nakanishi dan dirakit di Laem Chabeng, Thailand ini, punya daya pikat khas dari segi eksterior. Pertama diperkenalkan ke publik pada tahun 2005 lalu, Triton memiliki sentuhan desain yang modern dengan kontur dan lekuk bodi eksotis.	
<i>Strada Triton moving...</i>	Menurut pihak Mitsubishi, Triton memang memiliki DNA sebagai mobil penjelajah medan berat dengan kelengkapan sistem penggerak four by four. Tapi secara fungsi, mobil yang memakai nama Mitsubishi Raider di Amerika ini juga sanggup mengemban berbagai tugas. Sebut saja sebagai kendaraan sehari-hari di perkotaan alias city car atau sebagai kendaraan penyalur hobi berpetualang. Artinya, peruntukan Triton sudah bergeser dari basic function sebagai commercial car menjadi personal and leisure use yang nyaman. Tak heran bila Triton mengusung slogan "Move Your World, Try It!"	
<i>Mesin Triton...</i>	Untuk menunjang ragam tugas dimaksud, pihak Mitsubishi telah meracik berbagai kelengkapan yang mendukung kemudahan pengoperasian Triton. Dalam hal efisiensi konsumsi BBM, mesin diesel DI-D Common Rail 4 silinder dengan turbo intercooler ini tidak tergolong peminum solar. Dengan bobot yang lebih berat dari Grandis, estimasi konsumsi BBM Triton adalah 11 kilometer untuk tiap liternya. Artinya, seimbang dengan konsumsi BBM untuk sedan BMW seperti seri 325i.	
<i>Triton melaju...</i>	Sistem gerak 4 rodanya pun lebih disempurnakan lewat fitur shift on the fly. Artinya, system gerak four wheel drive langsung bisa diaktifkan lewat sebuah tombol di saat kendaraan melaju di bawah kecepatan 100 kilometer per jam.	
<i>Stock shoot Isuzu D-Max...</i>	Teknologi ini, pertama kali diperkenalkan untuk kelas double cabin oleh Isuzu lewat produk D-Max.	
<i>Bagian depan dan head lamp...</i>	Triton juga mengaplikasi perangkat keselamatan aktif yang komplit dan berguna pula meningkatkan aspek kenyamanan. Headlamp yang didesain menyatu dengan model bonnet dan grille Pajero Evolution misalnya, dirancang auto-off function. Saat permukaan jalan mulai gelap pada intensitas tertentu, lampu utama Triton akan langsung menyala.	

<i>Kaca depan dan wiper Triton ...</i>	Sementara bila turun hujan, perangkat wiper akan mengkalkulasi intensitasnya dan akan bekerja bila diperlukan pada ambang volume air tertentu menerpa kaca depan. Perangkat ini dikenal dengan istilah speed-sensitive front wiper.	
<i>Interior Triton...</i>	Kalau ada yang sulit dipenuhi oleh Triton, hanyalah bila pemiliknya ingin memanfaatkan untuk bepergian dengan keluarga. Maklum, merujuk modelnya, tentu Triton hanya menyisakan bagasi berupa kabin terbuka di belakang.	
<i>Mazda Tribute bermanuver ...</i>	Dengan dana sekitar 260 jutaan rupiah, alternatif yang pas untuk kebutuhan ini tak lain adalah Mazda Tribute. Produk ini, kami rekomendasikan mengingat harganya terpaut lebih murah sekitar 10 juta rupiah ketimbang Ford Escape. Padahal, Tribute merupakan kembaran dari Ford Escape. Keduanya muncul pertama kali di Los Angeles Auto Show pada tahun 2000 sebelum resmi masuk pasar tahun 2001. Perbedaan mendasar keduanya ketika itu, hanya pada set-up suspensi Tribute yang lebih keras ketimbang Escape.	
<i>Detail eksterior depan Tribute...</i>	Tentu saja yang kami tawarkan adalah Tribute generasi kedua yang sudah mengalami facelift. Perubahan mencolok dilakukan Mazda, terutama pada model grille yang lebih membulat. Bumper juga didesain lebih bergaya yang disesuaikan dengan model lampu depan.	
<i>Mesin Tribute...</i>	Tribute tetap memakai mesin MRZ-14 berkapasitas 2.3 liter seperti yang digunakan ketika direvisi pada tahun 2005. Mesin yang diaplikasi menggantikan Ford Zetec 2.0 liter ini sanggup membangkitkan tenaga 153 horse power. Sedangkan produksi torsi sebesar 206 Newton meter. Tapi untuk Tribute generasi kedua ini, perubahan kembali dilakukan lewat peningkatan torsi pada putaran tengah. Selain itu, Mazda juga mengaplikasi electronic throttle.	
<i>Tribute manuver di jalan aspal...</i>	Tenaga Tribute ini lebih unggul ketimbang Triton. Tapi mengingat fungsinya sebagai mobil penumpang jenis SUV, torsi Tribute justru di bawah Triton yang mencapai 314 Newton meter.	
<i>Host...</i>	Kita akhiri dulu cerita di seputar mobil penjelajah medan berat yang kian tampil menawan ini. Karena di segmen berikutnya, SMART DRIVE akan mengantarkan Anda mengikuti pemaparan tentang fenomena berbelanja aksesoris mobil yang dikembangkan beberapa outlet. Tapi sebelum itu, kita simak dulu yang satu ini...	

COMMERCIAL BREAK		
Bumper to segment-2		
JUDUL: TREND KREDIT AKSESORI		
<i>Host...</i>	Membeli barang pelengkap atau aksesoris mobil, bagi sebagian orang tampaknya menjadi hal wajib. Entah itu berupa velg dengan desain menarik, atau perangkat audio yang lebih berkualitas ketimbang produk bawaan pabrik. Masalahnya, bagaimana bila dana tunai Anda tidak mencukupi pada saat tersebut? Jangan khawatir. Segmen DRIVE AND DESIRE akan menyajikan trend belanja aksesoris otomotif yang patut Anda pertimbangkan.	
<i>Stock shoot mobil-mobil dengan velg non-standar...</i>	Anda mungkin tergolong pemilik kendaraan yang suka menggabungkan kesenangan berkendara dengan style dan gaya. Atau, menjadikan pekerjaan mengemudi sebagai bagian dari gaya hidup? Bila ya..., maka menambahkan berbagai aksesoris pada mobil Anda tentu tak terlewatkan. Dan salah satu yang menjadi prioritas yakni menyingkirkan velg standar kemudian menggantinya dengan produk after market. Tentu saja, Anda tak mengabaikan pertimbangan atau aspek safety-nya.	
<i>Stock shoot aktivitas mobil-mobil mengganti velg di bengkel Permaisuri...</i>	Masalahnya, ketika keinginan mengganti salah satu bagian pada kendaraan seperti velg sedang menggebu, kondisi keuangan sedang tak mendukung. Hmmm., Anda tak perlu risau. Pasalnya, banyak cara bisa ditempuh untuk memperoleh velg idaman. Salah satunya, lewat fasilitas kredit tanpa beban bunga dengan menggunakan kartu kredit.	
<i>Stock shoot velg yang dipajang...</i>	Di gerai atau outlet Permaisuri Ban di bilangan Jakarta Selatan ini misalnya, semua jenis dan ukuran velg yang terpajang, bisa diboyong tanpa harus mengeluarkan dana cukup banyak dan seketika.	
<i>Stock shoot produk aksesoris lainnya...</i>	Bahkan tak hanya velg, aksesoris lainnya yang dibutuhkan untuk mempercantik mobil Anda pun bisa diperoleh dengan cara yang sama.	
SOT Wibowo Santoso tentang fasilitas pembiayaan untuk pembelian velg dan aksesoris lainnya.		
<i>Stock shoot mekanik melakukan fitting velg pada mobil...</i>	Wibowo sendiri, tak sekadar menyediakan fasilitas berbelanja yang mudah. Tapi juga, memberikan konsultasi gratis di seputar produk yang pas untuk mobil Anda. Tentu, ini dimaksudkan agar setelah	

	mendapat sentuhan produk after market, mobil Anda tampil lebih menawan.	
<i>Stock shoot aktivitas di Auto Mall...</i>	Untuk produk yang berkaitan dengan soal hiburan di kabin, juga tersedia fasilitas kredit. Salah satu gerai yang menawarkan perangkat audio non-standar dengan cara angsuran ini adalah Duta Ban yang berlokasi di bilangan Auto Mall, Jakarta.	
<i>Stock shoot beragam produk audio dan visual di Duta Ban...</i>	Di gerai ini, konsumen bahkan bisa memilih perangkat hiburan yang diinginkannya. Mulai dari yang memerlukan instalasi rumit dengan harga puluhan juta rupiah, hingga yang sederhana dengan waktu pemasangan beberapa menit.	
SOT Duta Ban tentang tata cara pembelian perangkat audio dan visual dengan cara angsuran.		
<i>Stock shoot mobil yang ringsek atau cat tergores ...</i>	Tentu saja, ini hanya beberapa contoh dari banyak gerai atau outlet aksesoris dan perlengkapan otomotif yang menawarkan fasilitas pembelian lunak. Namun, bagaimana seandainya masalah mobil Anda justru karena kerusakan bodi seperti ringsek atau goresan pada cat? Memakai mobil yang tak sempurna seperti itu, tentu saja bisa mendatangkan perasaan tidak nyaman. Namun lagi-lagi kendalanya, dana yang tersedia ketika itu tak memungkinkan Anda melakukan perbaikan.	
<i>Stock shoot bengkel Ferry untuk cat dan body repair...</i>	Lagi-lagi, ada outlet atau bengkel yang bersedia memberikan fasilitas dengan cara pembayaran yang lunak untuk mengatasi masalah seperti ini. Bahkan, Anda bisa menghabiskan sedikit waktu untuk menunggu perbaikan bila kerusakan pada mobil Anda tidak terlalu parah.	
SOT Ferry mengenai pelayanan quick repair dengan fasilitas pembayaran yang lunak.		
<i>Host...</i>	Aha..., melalui sajian ini, boleh jadi persoalan Anda mendandani mobil sudah bisa teratasi. Dan seperti biasa, kami pun menutup segmen ini dengan mengajak Anda memahami ensiklopedi otomotif berikut melalui DRIVE TO KNOW.	
	TIPS:	
	PEDESTRIAN FRIENDLY	
<i>Stock shoot desain beberapa model mobil ...</i>	Desain kendaraan yang tergolong modern sekarang ini, tak sekadar melindungi pengemudi atau penumpangnya. Namun juga aman bagi para pejalan kaki. Maklum, dua per tiga korban lalu lintas yang	

	mencapai jumlah 1,2 juta orang pertahun berdasarkan data tahun 2004, adalah para pejalan kaki atau pengendara sepeda.	
<i>Stock shoot desain bumper mobil...</i>	Fokus desain mobil untuk meningkatkan perlindungan dimaksud, terapkan pada beberapa bagian dan dikelompokkan sebagai Frontal Protection System atau FPS. Komponen yang paling utama, yakni desain bumper. Umumnya, bumper mobil didesain lebih rendah dan membulat untuk menciptakan area kontak yang lebih kecil. Bahan yang digunakan pun dipilih dari material lunak.	
<i>Stock shoot desain kap mesin ...</i>	Setelah itu, ditingkatkan melalui redesain pada bagian hood atau bonnet. Bagian hood ini, umumnya memanfaatkan garis yang streamline dengan bumper.	
<i>Stock shoot ruang bagasi pada model hatchback</i>	Bagian berikutnya, yakni pilar dan kaca depan. Yang jelas, semua bagian ini terintegrasi untuk menciptakan energy absorbing atau efek peredaman bila mobil menabrak seorang pejalan kaki.	
<i>Stock shoot Sirion atau Accent...</i>	Menurut Used Car Safety Rating yang dikeluarkan Australia, di katagori mobil kecil, Daihatsu Sirion serta Hyundai Accent masuk katagori aman bagi pejalan kaki.	
<i>Stock shoot Subaru Forester...</i>	Hal yang sama, juga ditunjukkan oleh Subaru Forester untuk jenis kendaraan Compact Four Wheel Drive.	
<i>Stock shoot Caravelle...</i>	Di jenis kendaraan van, Volkswagen Caravelle produk antara tahun 1995 hingga 2004 digolongkan paling berbahaya bagi pejalan kaki.	
COMMERCIAL BREAK		
Bumper to segment-3		
<i>Host...</i>	Di segmen DRIVERS DIARY ini, crew SMART DRIVE sudah menyiapkan rangkaian liputan yang khusus kami kemas untuk Anda. Kita ikuti bersama ...	
DRIVERS DIARY		
TBA		
<i>Suasana ...</i>		
<i>Stock shoot ...</i>		
<i>Host...</i>	Ratusan e-mail yang kami terima setiap pekan yang dikirim pemirsa melalui: smartdrive.metrotv@gmail.com . Sayangnya, keterbatasan waktu membuat kami hanya bisa membacakan salah satu di antaranya. E-mail	

	siapakah yang terpilih? Ini dia...	
	(Host membacakan e-mail yang dikirim pemirsa)	
<i>Host...</i>	Seperti apa jawaban SMART DRIVERS? Ikuti pemaparannya berikut ini...	
	TBA	
<i>Host...</i>	Anda ingin lebih mengetahui dan memahami cara mengemudi serta prosedur berkendara yang baik dan aman di jalan raya? Atau ingin mendapatkan referensi bagaimana menangani gangguan pada kendaraan Anda? Kirimkan pertanyaan Anda melalui e-mail ke alamat berikut ini:	
	TEMPLATE ALAMAT E-MAIL	
<i>Host (closing)</i>	Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda meluangkan waktu menyimak program yang menjadi pelopor edukasi otomotif ini. Semoga sajian kami selama lebih kurang tiga puluh menit ini, memberi manfaat bagi Anda. Terus saksikan episode SMART DRIVE, setiap Selasa pukul 21.30, hanya di Metro TV. Smart Drive, be smart before you drive....	

CURRICULUM VITAE

Fauzan Dwi Kurnia

Jl. Karya Bersama No.17 Rt.002/06 Gaga
Larangan, Tangerang – Banten, 15154
Phone. +6221.9814.2245
Hp. +628.5959.277.982
E-mail : aldi_mclauond@yahoo.com

Biodata Pribadi

- Jakarta 3 April 1986.
- Kewarga Negara Indonesia, Singel.
- Agama Islam.
- Laki-laki, Berbadan sehat.
- Tinggi 175cm, Berat badan 75 Kg.

Pendidikan

- ❖ 2003 – Sekarang
Universitas Mercu Buana Jakarta, Jurusan Broadcasting (aktif)
- ❖ 2000 – 2003
SMU Negri 29 Kebayoran Lama, Jakarta
- ❖ 1998 – 2000
SMP Hang Tuah 2 Cipulir, Jakarta

Pendidikan non-Formal

- Sibernetika, English Language
- Lembaga Indonesia Amerika (LIA), English Language

Pengalaman Kerja

- Meret 2007 – Juni 2007, Asisten Dosen Teknik Kamera Non Berita, Teknik Kamera Berita, Produksi Televisi Non Berita, dan Editing Televisi.
- September 2006 – January 2007, Asisten Dosen Dasar-dasar Kamera Televisi
- Februari 2003 – April 2007 , Paruh Waktu di PT. Cipta Multi Idia
- Mei 2002 – Sekarang, Paruh Waktu di CV. Kanasindo Mandiri

Work Education

- 4 December 2004. On-line Load Simulation dan Application, PT. OTO Multiartha.
- 7 – 9 Oktober 2004. Application Training, PT. Menjangan Sakti.
- 19 Juni 2004. Study One Day, Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia.

Ketrampilan

- ⊙ Dapat berbahasa Inggris dengan pasif.
- ⊙ Dapat mengoperasikan komputer (MS. Office, Adobe Premier Pro, Adobe Photoshop, SWISHmax, Flash MX, Coreldraw, dll)
- ⊙ Dapat mengoperasikan Kamera Foto SLR (Manual dan Digital).
- ⊙ Dapat Mengoperasikan Kamera Video (MD, DVC-pro, VHS, dan Beta Cam)