

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGAMBILAN GAMBAR PADA  
PROGRAM ACARA TALKCATION EPISODE “BISNIS JALAN HOBI  
JUGA JALAN”**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Amikom Yogyakarta

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Bobi Julius Sihaloho

20.96.2105

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGAMBILAN GAMBAR PADA  
PROGRAM ACARA TALKACATION EPISODE “BISNIS JALAN HOBI  
JUGA JALAN”**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Amikom Yogyakarta

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Bobi Julius Sihaloho

20.96.2105

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGAMBILAN GAMBAR PADA  
PROGRAM ACARA TALKCATION EPISODE “BISNIS JALAN HOBI JUGA  
JALAN”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bobi Julius Sihalohe**  
**20.96.2105**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 2 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A  
NIK. 190302435

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGAMBILAN GAMBAR PADA  
PROGRAM ACARA TALKCATION EPISODE “BISNIS JALAN HOBI JUGA  
JALAN”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bobi Julius Sihaloho**  
**20.96.2105**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 22 Februari 2024

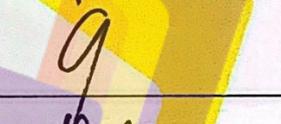
**Nama Penguji**

Kartika Sari Yudaninggar S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom  
NIK. 190302437

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A  
NIK. 190302435

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

(22 Februari 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, Tgl Bln Tahun

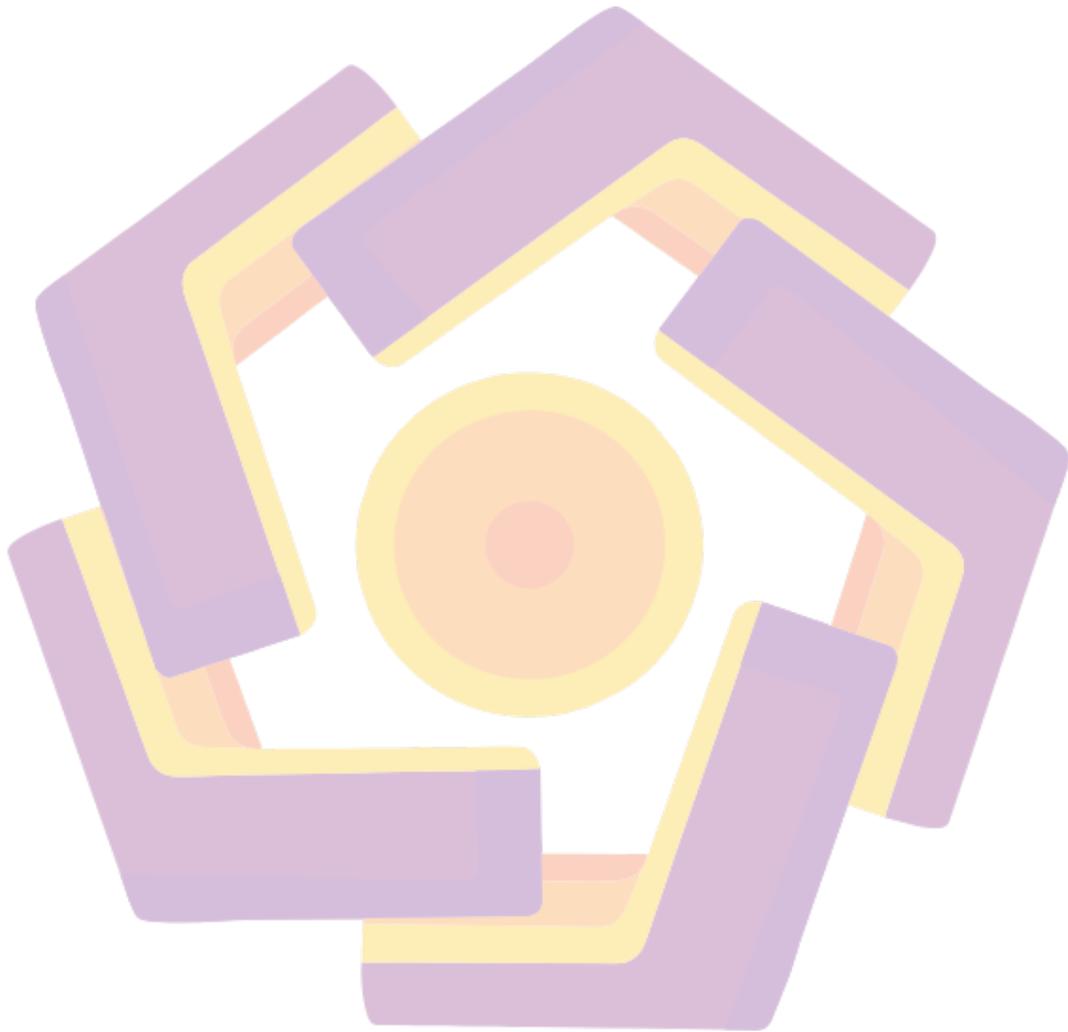


Bobi Julius Sihalo

20.06.2015

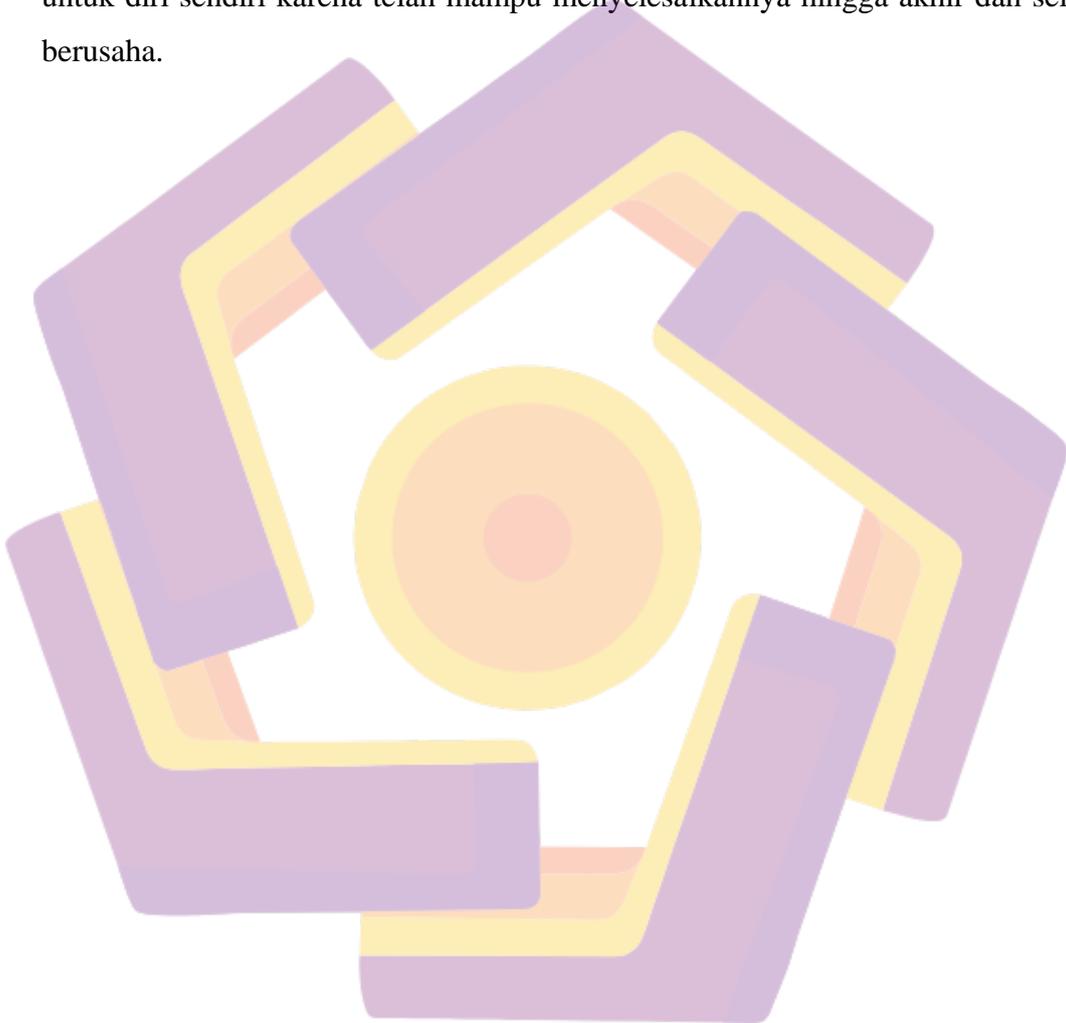
## MOTTO

“Kesuksesan Tidak Akan Bertahan Lebih Lama, Jika Anda Memperolehnya Lewat Jalan Pintas”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya Alm. Lasman Sihaloho dan Katirah yang telah mendukung saya selama ini untuk terus melanjutkan pendidikan hingga lulus. Tidak lupa saya persembahkan skripsi ini untuk diri sendiri karena telah mampu menyelesaikannya hingga akhir dan selalu berusaha.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Kreatif Pengambilan Gambar Pada Program Acara Talkcation Episode “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan” diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

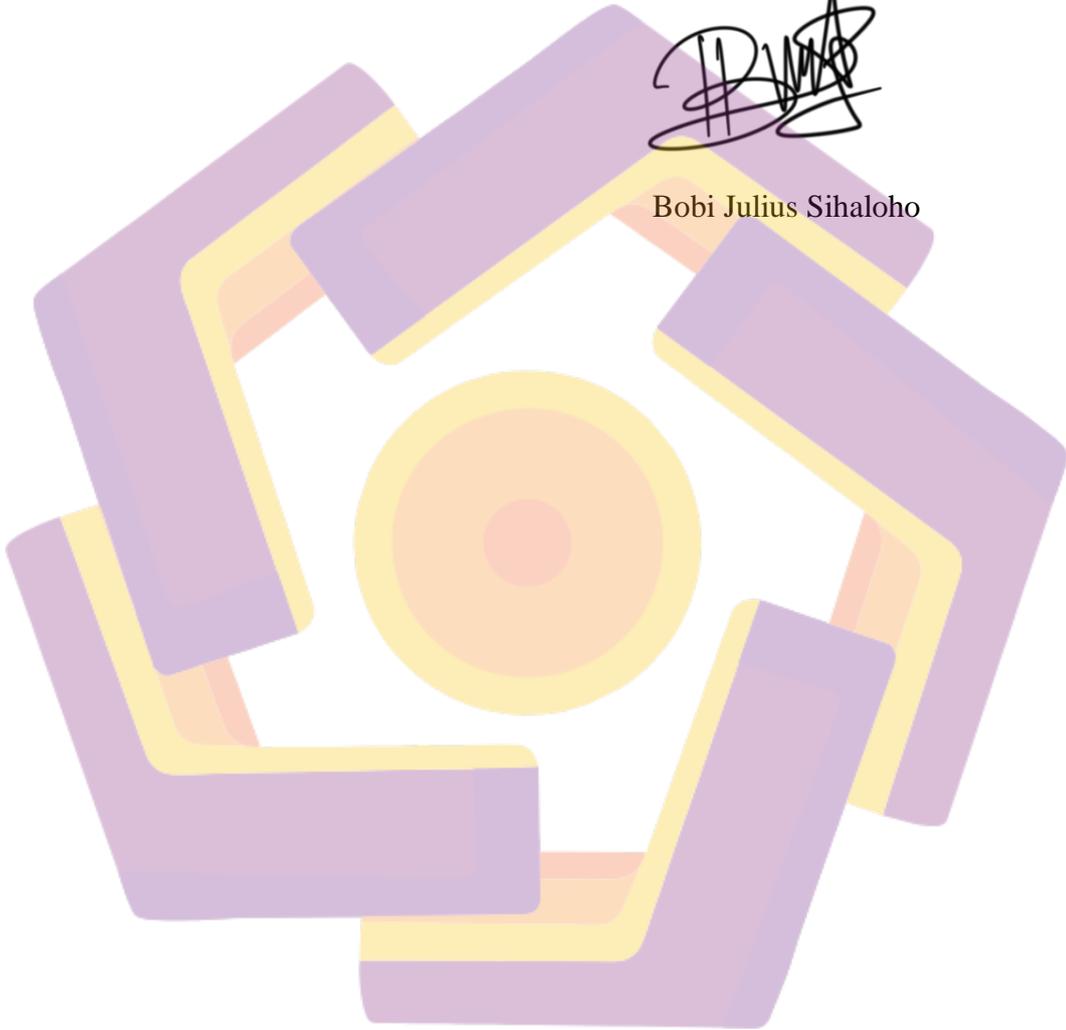
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pihak Reksa Birama Televisi (RBTV) yang telah memberikan izin dalam penelitian ini terutama kepada Ibu Sunar Handari, S.Pd. selaku Manager Program dan Bapak Subkhan Agus, S selaku Manager Produksi yang telah membantu saya serta menyediakan waktunya untuk diwawancarai.
6. Rumah Produksi Cipta Karya Media yang telah memberikan dukungan dan waktu untuk berkembang dan anggota didalamnya yaitu Febriansyah Dwi Putranto, Albion Ashar, Ryan Danillo Rada, Yosua Kurniawan, Juan Bagoes, Ferdiansyah Ardi A, Rizqi Amalia, Nerissa Nur Fitriandinda, Ajeng Laras Nastiti, dan Zahra Nur Aziza yang memberikan waktunya untuk diwawancarai dan selalu menemani dari awal hingga akhir dalam masa penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua peneliti, Alm. Lasman Sihaloho dan Katirah yang telah memberikan dukungan berupa materi dan do'a serta kasih sayang kepada peneliti selama proses Pendidikan.
8. Kepada saudara penulis abang Budiman, abang Beni, abang Bonar, abang Kevin dan kaka Fitri yang sudah memberikan dukungan selama proses penyelesaian skripsi.
9. Kepada Retno Palupi yang sudah menemani dan memberi dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.

10. Kepada penonton Live Tiktok Onanzo yang sudah memberikan semangat selama penulis menyelesaikan skripsi.

Yogyakarta, 10 Februari 2024



Bobi Julius Sihaloho



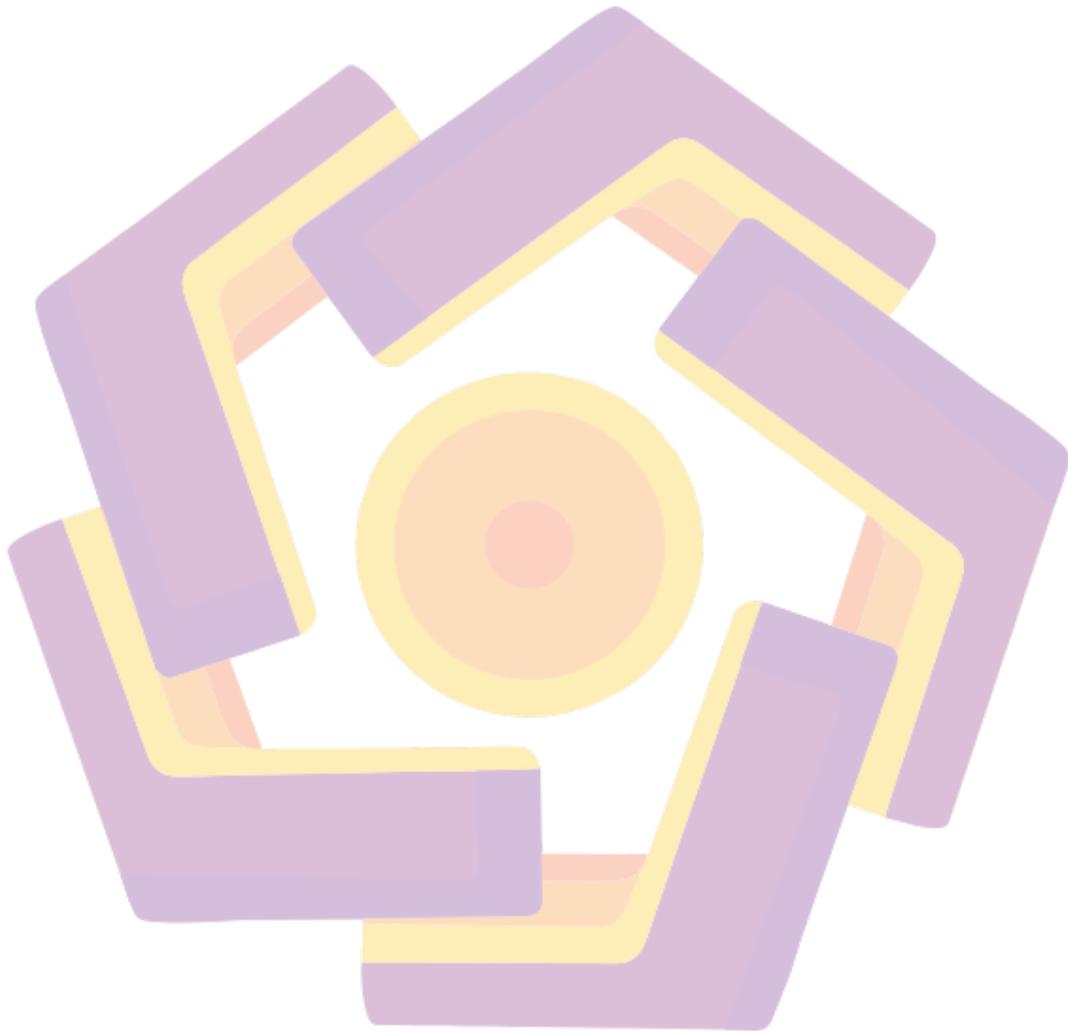
## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Praktis .....	5
1.4.2 Manfaat Akademis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Teori Komunikasi Massa.....	10
2.2.2 Televisi .....	11
2.2.3 Strategi Kreatif .....	12
2.2.4 Kameramen .....	14
2.3 Kerangka Konsep .....	16
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>17</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	17
3.2 Pendekatan Penelitian.....	17
3.3 Metode Penelitian.....	18
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	18
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	19
3.5.1 Observasi .....	19
3.5.2 Wawancara .....	19
3.5.3 Dokumen .....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Reduksi Data.....	21
3.6.2 Penyajian Data .....	21

3.6.3	Menarik Kesimpulan .....	22
3.7	Teknik Keabsahan Penelitian .....	22
<b>BAB IV</b>	<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
4.1	Deskripsi Objek .....	24
4.1.1	Deskripsi RBTV.....	24
4.1.2	Visi dan Misi RBTV.....	25
4.1.3	Slogan.....	26
4.1.4	Deskripsi Program TalkCation .....	26
4.2	Profil Informan.....	27
4.3	Hasil Temuan Penelitian .....	29
4.3.1	Strategi Kreatif Pengambilan Gambar .....	29
4.3.1.1	Pemahaman Konteks.....	31
4.3.1.2	Penetapan Tujuan Visual.....	33
4.3.1.3	Pemilihan Gaya dan Teknik.....	34
4.3.1.4	Kreativitas Dalam Pencahayaan.....	35
4.4	Pembahasan .....	36
4.4.1	Proses dalam Strategi Kreatif Pengambilan Gambar .....	36
4.4.1.1	Strategi Kreatif Pemahaman Konteks.....	37
4.4.1.2	Strategi Kreatif Penetapan Tujuan Visual.....	38
4.4.1.3	Strategi Kreatif Pemilihan Gaya dan Teknik .....	39
4.4.1.4	Strategi Kreatif Kreativitas Dalam Pencahayaan .....	42
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>44</b>
5.1	Kesimpulan .....	44
5.2	Saran .....	44
5.2.1	Saran Akademis .....	44
5.2.2	Saran Praktis .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
--------------------------------------	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	16
Gambar 4.1 Logo RBTV Jogja.....	24
Gambar 4.2 Logo TalkCation.....	26
Gambar 4.3 Dokumentasi Wawancara.....	28
Gambar 4.4 Dokumentasi Wawancara.....	28
Gambar 4.5 Dokumentasi Wawancara.....	29
Gambar 4.6 Storyboard TalkCation.....	40
Gambar 4.7 Pencahayaan Tayangan Episode “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan” .....	42



## INTISARI

Pada penelitian ini menganalisis secara menyeluruh terhadap strategi kreatif pada program TalkCation pada Episode “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan”, mengambil fokus pada strategi kreatif dalam pengambilan gambar yang telah dilakukan. Episode ini memperlihatkan eksplorasi dinamika yang menarik diantara dunia bisnis dan hobi, dengan menyajikan narasi yang menghibur serta informatif. Pendekatan analisis melibatkan pemeriksaan mendalam terhadap berbagai aspek sinematik, termasuk framing, pencahayaan, dan komposisi visual yang diterapkan dalam proses produksi acara. Temuan penelitian menemukan bahwa pemanfaatan framing inovatif, pencahayaan yang cerdas, dan komposisi visual yang kreatif secara signifikan meningkatkan daya tarik estetis dan naratif dari sajian program tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu berupa observasi pada program tersebut, wawancara terhadap pihak yang terlibat, dan dokumen yang dibutuhkan selama proses produksi. Hasil yang didapatkan penulis yaitu program tersebut memiliki implikasi praktis dan teoritis dalam memahami bagaimana elemen-elemen sinematik dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual dalam konteks sajian televisi. Dalam menghadapi tantangan produksi konten kreatif, penelitian ini memberikan pandangan berharga bagi praktisi industri untuk memperkaya kualitas dan dampak program sejenis. Kesimpulannya, penelitian ini membuka pintu bagi eksplorasi lebih lanjut tentang strategi kreatif dalam pengambilan gambar untuk meningkatkan nilai dan daya tarik program televisi.

**Kata Kunci : TalkCation, Pengambilan Gambar, Strategi Kreatif.**

## **ABSTRACT**

*In this research, a thorough analysis of the creative strategies in the TalkCation program in the episode "Business is a Way, Hobbies Are Also a Way", focuses on the creative strategies in taking pictures that have been carried out. This episode shows an interesting exploration of the dynamics between the worlds of business and hobbies, by presenting an entertaining and informative narrative. The analytical approach involves an in-depth examination of various cinematic aspects, including framing, lighting, and visual composition applied in the event production process. Research findings found that the use of innovative framing, intelligent lighting, and creative visual composition significantly increased the aesthetic and narrative appeal of the program presentation. This research uses a qualitative method using data collection techniques, namely in the form of observations on the program, interviews with the parties involved, and documents required during the production process. The results obtained by researchers are that the program has practical and theoretical implications in understanding how cinematic elements can be optimized to increase the effectiveness of visual communication in the context of television presentations. In facing the challenges of creative content production, this research provides valuable insights for industry practitioners to enrich the quality and impact of similar programs. In conclusion, this research opens the door for further exploration of creative strategies in shooting to increase the value and appeal of television programs.*

**Keyword : TalkCation, Cinematography, Creative Strategies.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Televisi adalah salah satu media massa yang paling berpengaruh dan penting dalam budaya kontemporer. Saat ini, media massa tidak hanya menampilkan gambaran suatu wahana ataupun ide-ide dari satu tempat ketempat lainnya, menyampaikan pesan dari satu khalayak ke khalayak lain, melainkan media massa sendiri seperti televisi sudah menjadi suatu yang berbentuk subyektif, interpretatif dan ideologi (Surachman, 2019). Televisi yang menjadi *platform* visual dengan menyediakan berbagai jenis program yang dibutuhkan oleh masyarakat, termasuk berita, hiburan, olahraga, dan program pendidikan. Program tersebut dapat menjadi peran serta kunci dalam membawa informasi dan hiburan kepada masyarakat secara luas. Program televisi tersebut dapat bertahan karena adanya loyalitas dari para penontonnya, program-program tersebut harus memiliki ide kreatifitas yang tinggi sehingga dapat menarik minat penontonnya. Menurut Herlambang dkk (2018) untuk terus mengupayakan suatu ide dan terobosan terbaru setiap waktunya, diperlukan strategi sehingga mencapai proses kreativitas yang diperlukan untuk menarik minat para penonton agar selalu dapat berinteraksi pada program acara kesukaan mereka. Sama halnya dengan program TalkCation pada stasiun televisi RBTB.

TalkCation merupakan *talk show* yang bertemakan edukasi yang inspiratif. TalkCation memberi tayangan yang sangat menarik dan membuat *audiens* mudah mengerti dalam semua perbincangan yang di hasilkan antara *host* dan narasumber. Tayangan pendidikan ini sudah ditayangkan cukup lama secara berkala di stasiun Televisi RBTB. Di zaman sekarang tayangan edukatif seperti TalkCation sudah banyak ditayangkan di stasiun televisi manapun. Dan ini menjadi salah satu tantangan dari setiap stasiun televisi dalam persaingan setiap tayangan yang mereka tayangkan untuk para penonton. Dengan bertambahnya jumlah tayangan edukatif, kualitas visual serta keunikan tayangan menjadi faktor kunci dalam memenangkan dan mempertahankan pangsa pasar.

Program acara TalkCation sudah ada sejak tahun 2020 dan masih disiarkan sampai sekarang. Program TalkCation sudah dikerjakan oleh 5 tim produksi yang berbeda dikarenakan program acara ini merupakan program yang dikerjakan oleh mahasiswa. Setiap tim produksi yang mengerjakan program ini memiliki kualitas kinerja dan tema yang berbeda. Pada tahun ini program TalkCation diproduksi oleh tim angkatan ke-5 dengan tema Generasi Bintang. Tim angkatan ke-5 ini memproduksi TalkCation sebanyak 8 episode. Kualitas visual dan strategi pengambilan gambar pada program TalkCation pada tahun ini cukup berbeda dibandingkan yang sebelumnya, sehingga menjadi lebih menarik.

Proses pengambilan gambar pada produksi TalkCation berfokus pada pengaturan kamera dan *frame* yang digunakan. Kamera merupakan komponen penting dalam proses pengambilan gambar. Kamera berfungsi untuk menangkap dan merekam gambar. Kamera tidak hanya merekam gambar saja, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam menangkap momen, menyampaikan cerita, dan memberikan pengalaman visual kepada penonton. Dalam proses produksi televisi, menggunakan beberapa jenis kamera, mulai dari kamera studio yang besar hingga kamera yang lebih portabel seperti kamera ENG (*Electronic News Gathering*) yang biasanya digunakan untuk liputan langsung di lapangan. Setiap jenis kamera memiliki kegunaannya sendiri dalam menciptakan pengalaman visual yang berbeda. Namun pada produksi program TalkCation sangat jarang dari ke 5 tim produksi yang sudah melakukan produksi tayangan ini menggunakan kamera standar televisi. Kamera yang sering digunakan adalah kamera *mirrorles* yang digunakan untuk kebutuhan film maupun fotografi. Penggunaan kamera *mirrorless* ini dikarenakan adanya keterbatasan alat yang dimiliki oleh tim produksi.

TalkCation memproduksi dengan total 8 episode, dari semua episode yang diproduksi menggunakan strategi yang diterapkan oleh tim kameramen salah satunya pada episode 7 dengan judul “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan” dimana di episode ini mengundang narasumber yang merupakan pemilik dari salah satu toko bunga yang berada di Jogja. Pada episode ini penerapan strategi tersebut sangat berhasil dimana dari teknik pengambilan gambar yang dilakukan dapat menangkap perhatian para penonton terhadap topik atau pembahasan yang terjadi di episode tersebut.

Episode 7 dengan judul “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan” terbukti cukup berhasil dari segi visual dengan mempertimbangkan beberapa faktor kunci dalam pengambilan gambar. Salah satu keberhasilan episode ini terletak pada variasi framing yang digunakan, yang menghadirkan sudut pandang yang menarik dan bervariasi bagi penonton. Dengan menggunakan berbagai macam framing, seperti wide shot, close-up, dan medium shot, episode ini berhasil memperkaya pengalaman visual penonton serta memberikan perspektif yang komprehensif terhadap cerita yang disampaikan.

Tidak hanya itu, movement kamera yang digunakan dalam episode ini juga disusun dengan sangat halus dan menarik. Gerakan kamera yang lancar dan terkontrol memberikan nuansa dinamis pada setiap adegan, meningkatkan kualitas visual dan menambah ketertarikan penonton. Gerakan kamera yang halus juga membantu memperjelas narasi dan mengalir secara alami, sehingga penonton lebih terlibat dalam cerita yang disampaikan.

Konsistensi visual pada setiap segmen dalam episode ini juga menjadi salah satu faktor kesuksesan. Pencahayaan dan framing yang konsisten tidak hanya menciptakan kesan estetika yang menyatu, tetapi juga membantu menyampaikan pesan-pesan yang diinginkan dengan jelas. Dengan demikian, episode ini berhasil mempertahankan keutuhan visualnya tanpa mengorbankan variasi atau kualitas, sehingga menciptakan pengalaman visual yang memikat bagi penonton.

Dalam sebuah proses pembuatan tayangan televisi yang memiliki kualitas visual yang baik, tentunya ada banyak orang-orang yang berperan penting untuk menciptakannya. Salah satu yang sangat berperan penting dalam proses produksi

sebuah tayangan yang memiliki kualitas visualnya baik adalah kameramen. Kameramen adalah elemen kunci dalam menciptakan gambar yang mengesankan. Kameramen bertanggung jawab untuk memilih sudut pengambilan gambar, pencahayaan, *framing*, dan elemen visual lainnya yang mendukung narasi atau pesan yang ingin disampaikan.

Pada proses produksi tayangan TalkCation Kameramen memegang peran penting dalam memastikan bahwa tayangan TalkCationi memiliki kualitas visual yang tinggi dan dapat mengkomunikasikan pesan dengan efektif kepada pemirsa. Kameramen membantu menyampaikan pesan visual dari tayangan, termasuk pengejaran cerita, emosi karakter, dan informasi penting kepada pemirsa. Mereka menggunakan komposisi visual, sudut pandang, dan gerakan kamera untuk menciptakan efek yang diinginkan. Menurut Aksan widjaja, T.K. (2021), seorang kameramen harus mempertimbangkan dimana harus menempatkan objek yang diharapkan akan menjadi POI (*Point of Interest*/ objek utama yang menjadi pusat perhatian) dan pengaturan besar 3 ukurannya dalam frame. Karena dalam setiap tayangan, untuk bisa ditayangkan mengandung beberapa elemen yaitu informasi, audio/suara dan video/gambar (Paramita. S. 2013).

Teknologi terus berkembang yang sangat memungkinkan kameramen untuk menggunakan alat dan teknik baru dalam proses pengambilan gambar. Kameramen harus memiliki pemahaman yang kuat tentang peralatan teknis seperti kamera, lensa, alat pencahayaan, dan peralatan lainnya. Kameramen juga harus dapat menyesuaikan pengaturan teknis sesuai kebutuhan produksi.

Kameramen dituntut harus lebih kreatif dalam pengambilan gambar agar dapat menciptakan visual yang lebih baik lagi. Hal ini bertujuan untuk kameramen bisa menghasilkan visual yang baik untuk ditayangkan dan dapat bersaing dengan tayangan lainnya. Jadi untuk dapat menghasilkan visual yang baik dan berkualitas seorang kameramen harus memiliki strategi yang kreatif. Dari strategi itulah seorang kameramen dapat menghasilkan kualitas visual yang baik untuk ditayangkan. Oleh karena itu, penulis melakukan observasi dengan mengambil judul “Analisa Sajian Program Acara TalkCation Episode Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan dari Segi Stategi Kreatif Pengambilan Gambar” Melalui penelitian tersebut

diharapkan dapat menjadi motivasi bagi penulis untuk lebih mengetahui tentang strategi dalam meningkatkan kualitas gambar oleh kameramen sehingga mampu memberikan hasil yang maksimal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Bagaimanakah strategi kreatif pengambilan gambar yang digunakan oleh program TalkCation Episode Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab semua pertanyaan yang menjadi titik fokus penelitian yang berada dirumusan masalah, yaitu untuk menganalisis strategi kreatif pengambilan gambar yang digunakan oleh program “TalkCation Episode Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan”.

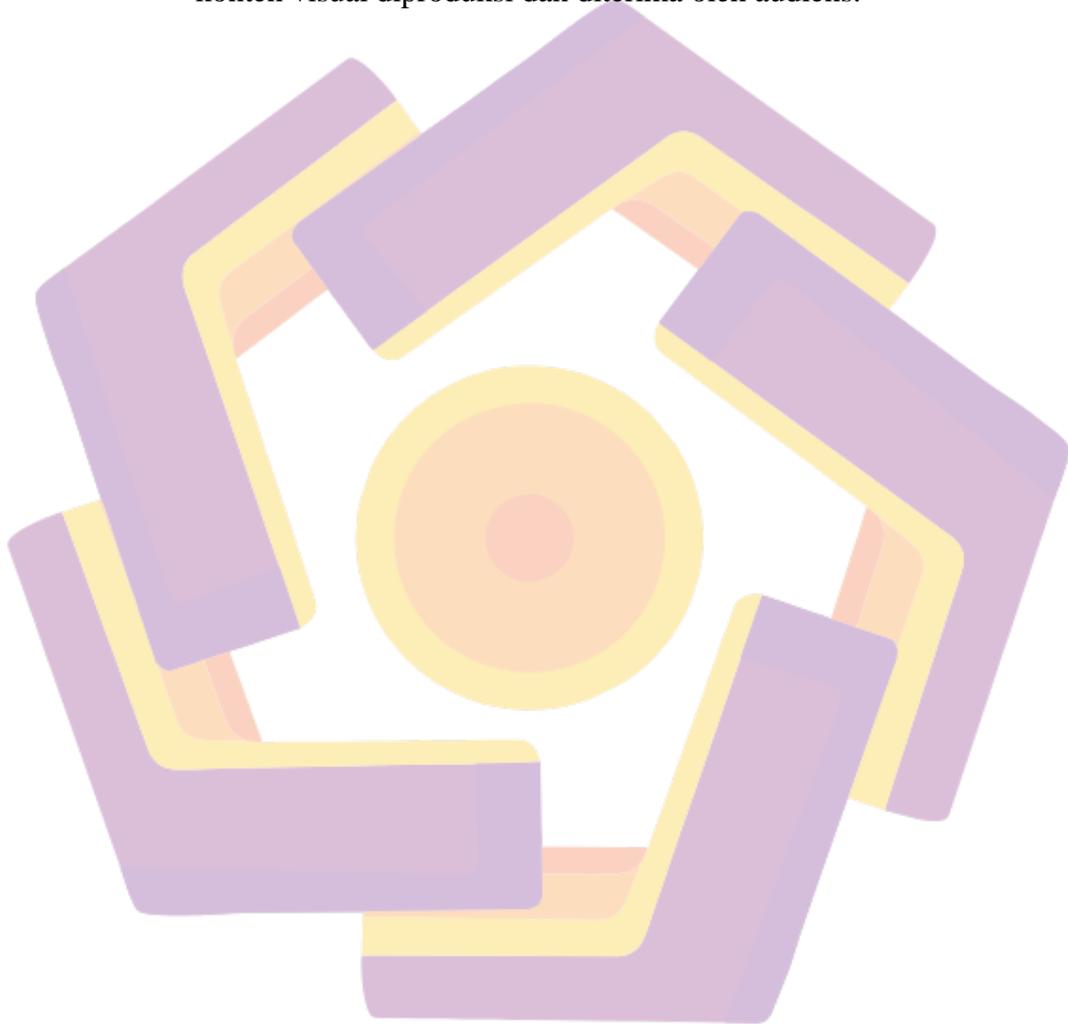
## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Praktis:**

- a. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberi panduan dan strategi praktis kepada kameramen dan tim produksi untuk meningkatkan kualitas gambar pada produksi visual sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas gambar pada tayangan TalkCation.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan dan bermanfaat bagi instansi terkait, terutama dalam meningkatkan kualitas gambar pada tayangan TalkCation.
- c. Penelitian ini juga dapat menjadi sumber inspirasi untuk penelitian lanjutan atau studi kasus dalam bidang produksi media atau seni visual. Temuan dan analisis yang dihasilkan dapat merangsang minat dalam menjelajahi topik terkait lainnya atau mengembangkan metodologi penelitian yang lebih canggih.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis:**

Hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan teori dan konsep baru tentang pengambilan gambar dalam produksi media. Analisis terhadap strategi kreatif yang digunakan dalam episode tersebut dapat membuka jalan bagi pemikiran baru tentang bagaimana konten visual diproduksi dan diterima oleh audiens.



**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Fauziah Trianum (2021)	Strategi Kreatif Dalam Meningkatkan Kualitas Gambar Pada Program Detak Riau Di Riau Televisi	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan penulis dalam mengumpulkan data melalui wawancara yang telah dilakukan yaitu strategi yang digunakan oleh produser Detak Riau menekankan pada angle-angle yang baik saat melakukan peliputan untuk kebutuhan program acara televisi tersebut sehingga angle yang dihasilkan dapat benar-benar menggambarkan keadaan yang sesungguhnya pada saat kejadian perkara dan produser tersebut memiliki trik yaitu gambar yang dihasilkan harus tidak goyang.
2	Syanda Kurnia (2020)	Profesionalitas cameramen dalam menghasilkan gambar berkualitas pada program	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana profesionalitas

		<p>sembang malam di ceria Tv Pekanbaru</p>	<p>kameramen dalam menghasilkan gambar yang berkualitas pada program tersebut. Yang dilihat pada kameramen adalah bagaimana komitmen terhadap pekerjaan yang dilakukannya sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal. Tetapi pada program tersebut kameramen dinilai belum profesional tetapi sudah mau menuju ke arah tersebut, karena kekurangan crew pada program acara tersebut sehingga pada pekerjaan yang diharuskan hanya dilakukan satu crew saja tetapi pada program acara tersebut dapat dilakukan double job yang membuat crew keteteran sehingga hasil yang didapatkan tidak maksimal. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kameramen pada program Ceria TV belum profesional sehingga harus ditingkatkan kembali pada divisi divisi yang kosong.</p>
--	--	--	---

3	Muhammad Anshori (2019)	Proses Produksi Program Talk Show "Fokus Dialog" Di Televisi Tanjung Pinang (Tv TPI)	Kualitatif Deskriptif	<p>Penelitian tersebut memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui proses produksi program <i>talkshow</i> Fokus Dialog di TV TPI. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa dalam proses pembuatan program tersebut menggunakan tahapan yaitu pra produksi dimulai dengan mencari ide atau tema gagasan yang ingin ditayangkan. Selanjutnya masuk pada tahap perencanaan dan setelahnya dilakukan tahapan persiapan sebelum dilakukannya produksi. Pada tahapan persiapan inilah para kru dan peralatan akan disiapkan dan dikelompokkan sesuai dengan yang dibutuhkan. Tahapan selanjutnya yaitu proses produksi dengan memulai shooting program. Dan yang terakhir pada tahap pasca produksi yaitu menyiapkan tayangan tersebut secara <i>live</i>, yang dilakukan adalah mengedit agar disiarkan secara maksimal.</p>
---	-------------------------	--	-----------------------	--

(Tabel : 2.1.Penelitian Terdahulu)

## 2.2. Landasan Teoritis

### 2.2.1 Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan media massa untuk mengirim pesan kepada audiens yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk. Ada bermacam macam bentuk komunikasi massa dimana komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (berpencar) sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi massa). Artinya komunikasi massa yang menggunakan media massa atau komunikasi mass mediated. Istilah *mass communication* dapat dapat diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (mass media) sebagai kependekan dari *media of massa*.

Komunikasi massa merupakan studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang akan dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya dan efeknya terhadap mereka. Berdasarkan beberapa pengertian yang dipaparkan diatas, penulis paham bahwa komunikasi massa berfungsi menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Menurut Kusuma Y (2021), komunikasi massa memiliki penyebaran informasi yang dilakukan oleh sekelompok sosial tertentu kepada pendengar yang bersifat heterogen. Dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita, dan sebagainya.

### 2.2.2 Televisi

Televisi, sebagai medium massa yang sangat berpengaruh, telah menjadi bagian integral dari kehidupan *modern* sejak ditemukan pada pertengahan abad ke-20. Televisi tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat global. Pengaruh televisi mencakup berbagai aspek, termasuk budaya, politik, dan perilaku sosial. Sejarah televisi dimulai pada tahun 1920-an, tetapi televisi seperti yang kita kenal sekarang mulai berkembang pesat pada tahun 1950-an. Pada era tersebut, televisi menjadi hiburan utama di rumah-rumah Amerika dan segera menyebar ke seluruh dunia. Seiring waktu, teknologi televisi terus berkembang, dari televisi hitam-putih menjadi warna, dan kemudian menuju resolusi definisi tinggi dan ultra-definisi yang kita nikmati saat ini.

Televisi memiliki peran kritis dalam menyajikan berita dan informasi. Program berita menjadi salah satu format paling penting di televisi, menyediakan liputan mendalam tentang peristiwa-peristiwa terkini dari seluruh dunia. Stasiun berita televisi menyediakan platform untuk penyiaran langsung konferensi pers, wawancara eksklusif, dan liputan langsung bencana alam atau peristiwa penting lainnya. Televisi memainkan peran utama dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu global dan nasional. Di samping fungsi informasinya, televisi juga merupakan sumber hiburan utama. Program-program televisi menyajikan berbagai *genre*, mulai dari drama dan komedi hingga acara realitas dan dokumenter. Serial TV telah menjadi bagian integral dari budaya populer, menciptakan karakter yang ikonik dan menghasilkan fenomena budaya yang melekat dalam ingatan masyarakat.

Menurut Ariani dkk (2021), televisi memiliki ruang kompleks pada media yang dinamis sehingga pesat perkembangannya dilihat dari perkembangannya juga telah membawa transformasi dalam cara kita mengonsumsi konten televisi. Seperti layanan streaming online seperti *Netflix*, *Hulu*, dan *Disney + Hotstar* yang sangat memungkinkan penonton untuk menonton program favorit mereka kapan saja dan di mana saja, mengubah paradigma tradisional penyiaran televisi dan memberikan fleksibilitas yang

lebih besar kepada penonton. Tidak hanya itu televisi juga memiliki dampak psikologis, terutama pada anak-anak. Penelitian menunjukkan bahwa paparan terus-menerus terhadap program yang tidak pantas dapat mempengaruhi perkembangan sosial dan perilaku anak-anak. Oleh karena itu, pengawasan orang tua atas konten yang diakses oleh anak-anak di televisi menjadi sangat penting.

Dalam beberapa dekade terakhir, televisi juga menjadi platform untuk kampanye iklan yang besar. Iklan televisi memiliki kekuatan untuk membentuk preferensi konsumen dan menciptakan tren. Perusahaan besar menghabiskan jumlah yang signifikan untuk iklan televisi demi meningkatkan penjualan dan membangun citra merek. Perubahan dalam struktur keluarga dan gaya hidup juga telah mempengaruhi peran televisi dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa orang lebih memilih menonton konten mereka secara *online* melalui perangkat seluler atau tablet, mengurangi ketergantungan pada televisi konvensional. Penting untuk diingat bahwa, meskipun memiliki dampak besar, televisi bukanlah entitas statis. Dengan terus berkembangnya teknologi dan perubahan sosial, peran dan pengaruh televisi terus berubah seiring waktu. Masyarakat dan pembuat kebijakan harus tetap mempertimbangkan bagaimana memanfaatkan televisi secara positif dan meminimalkan dampak negatifnya

### **2.2.3 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk menghasilkan ide-ide inovatif dan solusi yang unik dalam berbagai konteks, termasuk pemasaran, periklanan, desain, seni, dan berbagai bidang kreatif lainnya. Tujuan utama dari strategi kreatif adalah menciptakan nilai tambah, membedakan diri dari pesaing, dan mencapai tujuan tertentu dengan mengandalkan pemikiran kreatif dan ide yang segar. Strategi kreatif melibatkan kombinasi pemahaman mendalam tentang konteks, audiens, dan tujuan, serta penerapan konsep-konsep kreatif dan inovatif untuk menghasilkan hasil yang mencolok dan efektif.

Aspek-aspek penting dari strategi kreatif melibatkan pemahaman mendalam tentang target *audience*, penetapan tujuan yang jelas, pengembangan ide-ide baru melalui proses *brainstorming*, dan penggunaan teknik kreatif. Selain itu, strategi kreatif mencakup elemen-elemen seperti komposisi visual, gaya artistik, dan pendekatan unik dalam menyampaikan pesan atau menciptakan pengalaman yang berbeda. Kreativitas dalam strategi ini juga dapat tercermin dalam pemilihan media, kata-kata, warna, dan elemen desain lainnya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Secara umum, strategi kreatif dapat diterapkan dalam berbagai bidang untuk menciptakan sesuatu yang baru, orisinal, dan dapat memikat perhatian. Baik dalam konteks bisnis, seni, atau bidang kreatif lainnya, strategi kreatif membantu menciptakan keunikan dan daya tarik yang membedakan satu konsep atau produk dari yang lain.

Strategi kreatif dalam pengambilan gambar melibatkan pendekatan inovatif dan unik untuk menciptakan visual yang menarik dan berkesan. Pemilihan teknik, komposisi, dan elemen-elemen kreatif lainnya dalam pengambilan gambar dapat memberikan dampak besar pada pesan yang ingin disampaikan. Maka diperlukannya strategi kreatif yang baik, dengan kemampuan strategi kreatif tersebut dapat menciptakan atau memproduksi sesuatu yang baru dengan membentuk kombinasi yang bermakna sosial (Richardo dkk, 2014). Untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, penentuan strategi yang baik sangat diperlukan. Berikut adalah beberapa aspek strategi kreatif dalam pengambilan gambar:

a). Pemahaman Konteks:

Strategi kreatif dalam pengambilan gambar dimulai dengan pemahaman mendalam tentang konteks dan tujuan pengambilan gambar. Apakah itu untuk keperluan periklanan, dokumentasi, atau ekspresi artistik, pemahaman ini membimbing setiap keputusan kreatif selanjutnya.

b). Penetapan Tujuan Visual:

Penetapan tujuan visual yang jelas menjadi landasan strategi kreatif. Apakah gambar bertujuan untuk menggambarkan emosi tertentu, menarik perhatian, atau menyampaikan pesan khusus, tujuan ini menjadi panduan dalam pengambilan gambar.

c). Pemilihan Gaya dan Teknik:

Memilih gaya dan teknik fotografi yang sesuai dengan tujuan dan konteks adalah langkah kunci. Hal ini dapat mencakup pemilihan antara fotografi dokumenter, fotografi seni, atau pendekatan lain yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

d). Kreativitas dalam Pencahayaan:

Pencahayaan memainkan peran penting dalam strategi kreatif pengambilan gambar. Penggunaan cahaya yang inovatif, termasuk cahaya alami atau cahaya buatan dengan efek khusus, dapat menciptakan atmosfer yang unik dan menarik.

#### **2.2.4 Kameramen**

Pada era digital dan perkembangan industri produksi audiovisual, peran kameramen menjadi elemen kritis dalam menciptakan kualitas visual dan artistik suatu produksi. Kameramen bertanggung jawab atas pengoperasian kamera dalam produksi *audiovisual*, seperti film, televisi, dokumenter, atau acara *live*. Tugas utama seorang kameramen adalah mengatur, dan mengoperasikan kamera untuk mendapatkan gambar atau rekaman yang diinginkan sesuai dengan visi sutradara atau kebutuhan produksi. Seorang kameramen juga terlibat dalam sejumlah tanggung jawab teknis, seperti pengaturan kamera, pencahayaan, dan manajemen peralatan, yang penting untuk mencapai kualitas teknis yang diinginkan. Namun, peran kameramen tidak hanya terbatas pada aspek teknis, melainkan juga mencakup dimensi kreatif dalam memilih sudut pengambilan gambar, *framing*, dan pergerakan kamera yang mendukung narasi dan atmosfer produksi.

Kreativitas adalah elemen penting dalam peran kameramen. Kameramen tidak hanya memahami aspek teknis, tetapi juga dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan kreatif seperti framing, pergerakan kamera, dan penggunaan elemen visual lainnya. Hubungan yang baik antara kameramen dan sutradara sangat penting untuk mencapai visi artistik yang konsisten dalam produksi.

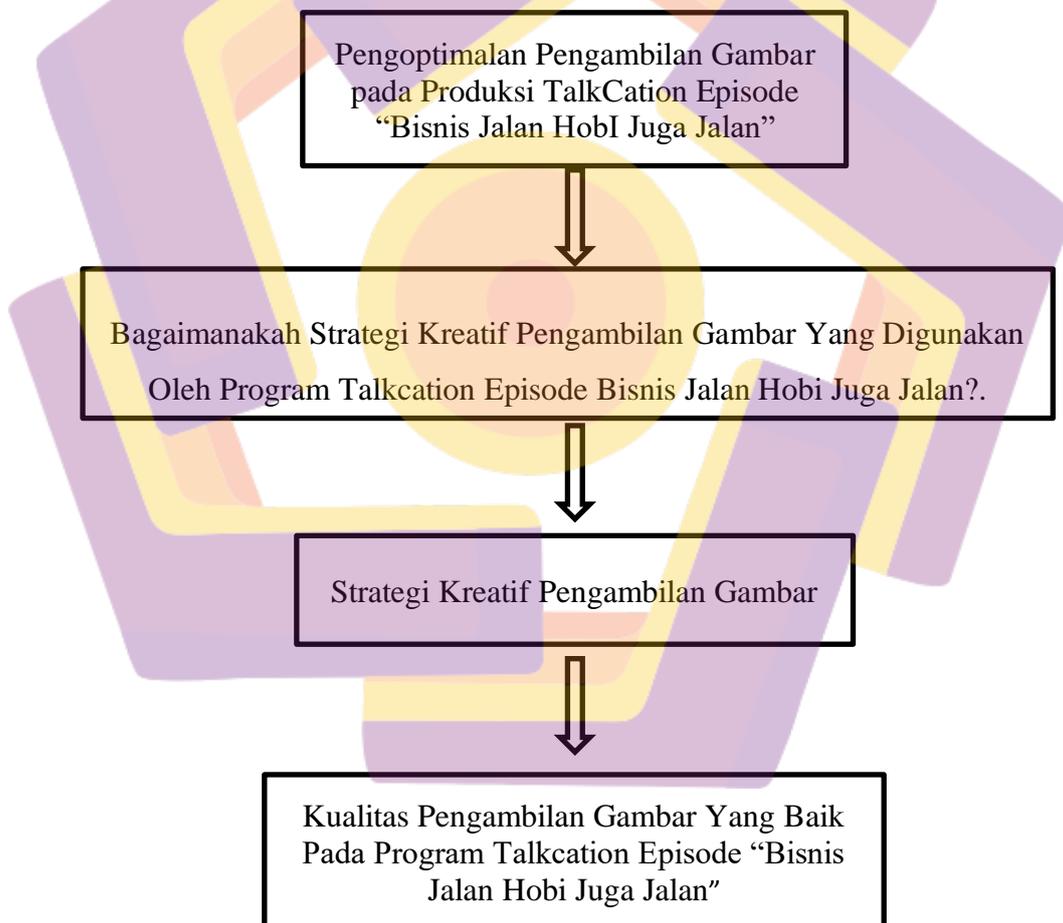
Menurut Karmila, K dan Andriansyah, A (2022), seorang kameramen dituntut untuk mendapatkan kreatifitas yang tinggi agar memperoleh berbagai elemen penting yang wajib ada pada gambar yaitu berupa komposisi pada gambar, ukuran gambar serta informasi dan motivasi yang didapat. Dan dalam produksi yang melibatkan berbagai anggota kru, kameramen juga bekerja dalam tim dengan penata cahaya, sutradara fotografi, penata suara, dan profesional lainnya. Kerja sama yang efektif dalam tim diperlukan untuk mencapai hasil akhir yang memuaskan. Kameramen juga harus mampu mengatasi tantangan teknis yang mungkin muncul selama proses pengambilan gambar, menunjukkan keterampilan manajemen perangkat yang baik.

Secara keseluruhan, kameramen memainkan peran integral dalam menciptakan kualitas visual dan artistik suatu produksi *audiovisual*. Dengan kombinasi keterampilan teknis, pemahaman kreatif, dan kerja tim yang baik, mereka berkontribusi secara signifikan terhadap hasil akhir produksi yang memukau dan memikat penonton.

### 2.3 Kerangka Konsep

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka konsep dalam penelitian ini sebagai landasan utama yang membimbing penyelidikan dan analisis. Kerangka konsep ini bertujuan untuk menyajikan struktur yang kokoh dalam menangkap esensi topik penelitian, mengaitkan temuan sebelumnya dengan pertanyaan penelitian, dan membimbing proses penelitian agar dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman bidang studi yang bersangkutan.

**Gambar 2.1** Kerangka Konsep Penelitian



(Sumber: Dokumen penulis)

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penentuan paradigma penelitian yang tepat menentukan hasil dari sebuah penelitian. Pada penelitian ini, penulis paradigma yang cocok adalah paradigma post-positivisme. Dalam hal ini, paradigma post-positivisme akan menawarkan pendekatan yang lebih fleksibel dan reflektif dalam menganalisis strategi kreatif pengambilan gambar. Metode penelitian bisa melibatkan studi kasus, observasi partisipatif, wawancara, dan analisis konten untuk memahami bagaimana praktik pengambilan gambar kreatif direfleksikan dan dikonstruksi oleh tim dalam konteks tertentu.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Prosedur yang dipilih oleh penulis dalam aktifitas penelitian yaitu dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini merujuk pada cara atau metode yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi dan mendapatkan suatu jawaban atas permasalahan dan pertanyaan tentang penelitian. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan mengamati fenomena dan menggunakan logika yang mendasar dan lebih menekankan pada kedalaman cara berfikir kreatif sehingga menjawab semua permasalahan penelitian.

Tujuan pendekatan penelitian kualitatif yang bervariasi mengikuti dengan tujuan dari penelitian tersebut dan masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian tersebut mengedepankan pemahaman yang mendalam, interpretasi, deskripsi fenomena dan konteks tertentu. Sehingga dapat memberikan gambaran detail dan deskriptif tentang suatu konteks yang akan diteliti.

### 3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain deskriptif yaitu penelitian yang menekankan pada sisi entitas dengan cara pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumen. Menurut Bahri S (2017), penelitian kualitatif dilakukan agar penelitian yang sudah ada dapat dijelaskan tanpa memberikan manipulasi data yang akan diteliti dengan salah satu caranya yaitu wawancara secara langsung. Dengan begitu bertujuan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan penulis secara detail dan spesifik sehingga dapat menjelaskan suatu fenomena secara lebih mendalam dengan data yang diperoleh.

### 3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi subjek utama adalah kameramen, produser dan kepala kreatif. Kameramen memiliki peran sentral dalam mengabadikan momen-momen visual dengan teknik pengambilan gambar yang mencerminkan kreativitas dan visi keseluruhan program. Produser bertanggung jawab atas arah keseluruhan konten dan struktur naratif episode, sementara kepala kreatif terlibat dalam pengambilan keputusan strategis terkait elemen kreatif, seperti *framing*, pencahayaan, dan komposisi visual.

Adapun kriteria narasumber yang dibutuhkan ialah :

1. Narasumber yang merupakan bagian dari tim TalkCation.
2. Berperan penting dalam proses produksi TalkCation dan mengetahui tentang produksi episode “Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan”.
3. Bersedia untuk diwawancarai.
4. Dapat memahami pertanyaan yang di sampaikan.
5. Dapat berkomunikasi dengan baik.

Dan untuk objek penelitiannya yaitu program acara TalkCation. Penelitian ini akan membahas secara mendalam elemen-elemen kreatif dalam pengambilan gambar yang digunakan dalam produksi TalkCation, dan bagaimana strategi ini berkontribusi terhadap keseluruhan sajian program tersebut. Untuk program acara TalkCation ini di naungi oleh TV lokal Yogyakarta yaitu RBTv.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data mengacu pada cara atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dari suatu sumber. Proses ini sangat penting dalam riset dan analisis, baik dalam konteks ilmiah, bisnis, maupun bidang lainnya. Data penelitian ini adalah tentang strategi kreatif pengambilan gambar pada program TalkCation. Penulis menggunakan beberapa teknik pengambilan data, diantaranya adalah:

#### **3.5.1 Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap orang, obyek, atau fenomena tertentu untuk mengumpulkan informasi. Dalam konteks penelitian atau analisis, observasi digunakan untuk mengamati perilaku, kejadian, atau karakteristik tertentu tanpa *intervensi* langsung dari penulis. Observasi dapat dilakukan dalam berbagai konteks, termasuk penelitian ilmiah, pendidikan, psikologi, antropologi, bisnis, dan banyak bidang lainnya.

#### **3.5.2 Wawancara**

Wawancara dalam konteks penelitian adalah suatu metode pengumpulan data di mana seorang penulis secara langsung berkomunikasi dengan responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang relevan terkait dengan topik penelitian. Wawancara bisa dilakukan dalam berbagai disiplin ilmu dan konteks penelitian, seperti ilmu sosial, psikologi, bisnis, pendidikan, dan lainnya. Pada wawancara ini penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana penulis memiliki daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, dan

pertanyaan tersebut diajukan kepada setiap responden secara seragam. Wawancara terstruktur memberikan konsistensi dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada tiga orang yang berperan penting pada acara TalkCation yaitu produser, kepala kreatif, dan kameramen satu.

### 3.5.3 Dokumen

Teknik pengambilan data dokumen dalam penelitian melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai jenis dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen tersebut dapat mencakup berbagai format, seperti laporan, artikel, catatan, arsip, buku, surat, dan sebagainya. Penggunaan teknik ini memungkinkan penulis untuk memanfaatkan sumber daya yang telah ada untuk mendukung atau memperkuat temuan penelitian.

Pada penelitian ini dokumen yang digunakan ialah dokumen yang berkaitan dengan kameramen dalam pengambilan gambar. Dokumen yang digunakan mulai dari, daftar teknik pengambila gambarnya, *blockingan* kamera, dan *storyboard* yang digunakan ketika produksi. Selain dokumen yang berkaitan dengan kameramen, penelitian ini juga menggunakan dokumen hasil program Talkcation berupa screenshot dari video yang di upload di *YouTube* Ilmu Komunikasi Amikom.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merujuk pada metode atau pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Pemilihan teknik analisis data tergantung pada jenis data yang dikumpulkan, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan disiplin ilmu yang digunakan.

### **3.6.1 Reduksi data**

Reduksi data dalam penelitian kualitatif merujuk pada langkah kritis dalam analisis data yang bertujuan menyederhanakan, mengorganisir, dan merinci informasi yang diperoleh dari sumber-sumber seperti wawancara, observasi, atau dokumen. Langkah ini dilakukan untuk membuat data yang kompleks menjadi lebih terkelola dan memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam. Proses ini sering dimulai dengan coding, yaitu memberikan label atau kategori pada potongan-potongan data yang signifikan. Melalui coding, penulis dapat mengidentifikasi pola, tema, atau hubungan dalam data. Reduksi data juga melibatkan penyusunan data ke dalam struktur yang lebih terorganisir, seperti matriks atau diagram, untuk memfasilitasi interpretasi dan pembentukan temuan utama.

### **3.6.2 Penyajian data**

Pengajian data dalam penelitian kualitatif merupakan tahap penting yang melibatkan kegiatan penyelidikan, penataan, dan persiapan data yang telah dikumpulkan. Pengajian data menjadi krusial dalam penelitian kualitatif karena memastikan keakuratan, keberlanjutan, dan kejelasan data. Penelitian kualitatif sering kali melibatkan data yang luas dan bervariasi, termasuk wawancara mendalam, observasi, atau analisis dokumen. Oleh karena itu, pengajian data membantu penulis dalam mengatasi kompleksitas tersebut dengan merinci, mengorganisir, dan merumuskan data ke dalam bentuk yang dapat diolah. Langkah ini membantu mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena atau konteks yang diteliti.

Sajian data pada penelitian ini adalah analisa dan pendiskripsian tentang strategi kreatif pengambilan gambar pada acara TalkCation, storyboard yang di gunakan dan screenshot tayangan TalkCation. Kemudian screenshot tayangan TalkCation di sajikan dalam bentuk deskripsi gambar.

### 3.6.3 Menarik kesimpulan

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka serta dijelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya. Penulis juga perlu memahami konteks dan implikasi temuan-temuan tersebut. Ini mencakup pemahaman mendalam terhadap relevansi temuan terhadap teori yang ada, kontribusi terhadap pemahaman lapangan, serta implikasi praktis atau kebijakan yang dapat ditarik dari penelitian tersebut.

### 3.7 Teknik Keabsahan Penelitian

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting untuk memastikan bahwa interpretasi dan temuan penelitian mencerminkan dengan tepat realitas yang diteliti. Salah satu cara untuk menilai keabsahan data adalah melalui triangulasi, yaitu penggunaan berbagai metode, sumber, atau penulis untuk mengonfirmasi temuan. Triangulasi dapat membantu meminimalkan bias individual, menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif, dan meningkatkan keyakinan dalam interpretasi data. Selain itu, kehadiran konsep transferabilitas juga krusial dalam menilai keabsahan eksternal data kualitatif. Penelitian harus memberikan informasi yang cukup mengenai konteks dan karakteristik partisipan sehingga pembaca atau penulis lain dapat mengevaluasi sejauh mana temuan dapat diterapkan atau dipindahkan ke konteks serupa. Melibatkan partisipan dalam proses penelitian, baik melalui sesi wawancara reflektif atau member check, juga dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap validitas hasil penelitian kualitatif.

a. Triangulasi Metode.

Triangulasi metode melibatkan penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data atau pendekatan analisis untuk menyelidiki suatu fenomena. Dengan menggunakan metode yang berbeda, penulis dapat memastikan bahwa temuan yang dihasilkan tidak hanya bergantung pada satu pendekatan saja, tetapi diperkuat oleh data yang diperoleh melalui metode lain. Contohnya, dalam penelitian ini triangulasi metode dapat mencakup wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Integrasi hasil dari berbagai metode ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

b. Triangulasi Sumber.

Triangulasi sumber adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang melibatkan penggunaan beberapa sumber atau metode yang berbeda untuk memeriksa, memverifikasi, atau memvalidasi temuan atau hasil penelitian. Konsep ini bersumber dari triangulasi dalam geometri, di mana tiga titik dapat digunakan untuk menentukan posisi suatu titik secara tepat. Dalam konteks penelitian, triangulasi sumber bertujuan untuk meningkatkan validitas dan keandalan temuan dengan menggabungkan sudut pandang yang berbeda atau pendekatan yang berbeda.

## BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Objek

#### 4.1.1 Deskripsi RBTv

**Gambar 4.1** Logo RBTv Jogja



(Sumber: Arsip RBTv Jogja)

Televisi Reksa Birama atau dikenal juga dengan RBTv adalah nama organisasi yang mengendalikan pengelolaan RBTv dan diambil dari inisial PT. Reksa Birama Media. Wahyu Sudarmawan, S.E, S.H, M.Si, dan Aris Yudanto, S.H. membentuknya, dan diluncurkan pertama kali pada tanggal 15 Agustus 2004. PT. Retjo Buntung Yogyakarta dan Universitas Amikom Yogyakarta juga terlibat pada saat itu. Reksa Birama Television (RBTv) akhirnya bermitra dengan jaringan televisi nasional lainnya, khususnya KOMPASTV. Aksi ini dilakukan sebagai bagian dari inisiatif RBTv untuk meningkatkan jangkauan dan volume siaran. Selanjutnya, Reksa Birama memiliki makna “menjaga alunan nada yang indah” diambil dari kamus bahasa jawa kuno. Diharapkan dengan adanya arti tersebut dapat membawa semangat kepada para pengelola baik staf maupun karyawan untuk menjalankan usaha dengan baik serta berkembang dinamis seindah alunan nada. 7 Logo Reksa Birama Televisi (RBTv) menggabungkan huruf RBTv dan simbol sinyal untuk mewakili gelombang frekuensi yang berasal dari satu lokasi dan dapat merambat

sebanyak enam buah ke angkasa. Makna tersebut digambarkan sebagai “pelopor” terciptanya RBTv yang diharapkan mampu menghadirkan siaran-siaran yang dapat menghibur sekaligus mengedukasi masyarakat.

#### 4.1.2 Visi dan Misi RBTv

##### a. Visi

Visi dari Reksa Birama Televisi (RBTv) adalah Industri Televisi yang mengedepankan dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya jogja dalam segala aspek manajemennya. Melekat setiap insan yang terlibat dalam pengelolaan usahanya sehingga dapat menjadi media informasi, pendidikan, dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat luas.

##### b. Misi

Adapun misi dari RBTv sebagai berikut :

- a. Menciptakan bisnis yang berguna dan dibutuhkan oleh Masyarakat
- b. Menjadikan RBTv perusahaan yang selalu mengedepankan dinamisasi dan kreatifitas kerja sehingga bisa menciptakan laba usaha yang terukur.
- c. Perusahaan yang selalu memperhatikan perkembangan inovasi terhadap teknologi dan kreatifitas penyusunan program acaranya. Sehingga dapat berkembang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap media hiburan, informasi, pendidikan sekaligus media yang dibutuhkan sebagai sarana promosi usaha yang berkualitas dan tertib administrasi.
- d. Menjadikan karyawan dan staff RBTv sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara.

### 4.1.3 Slogan

Reksa Biratama Televisi atau RBTV juga memiliki *tagline* “Asli Jogja” yang bertujuan untuk meramaikan industri pertelevisian pada umumnya dan Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya. Alhasil, RBTV menjadi televisi komersial pertama, sejalan dengan masyarakat Yogyakarta sebagai kota yang terkenal dengan budaya, pariwisata, dan populasi pelajarnya. Ungkapan “Asli Jogja” pada logo RBTV juga merujuk pada tayangan televisi yang mengedepankan nilai-nilai “AsliJogja” dan ciri khas Jogja antara lain keramahan, kesantunan, humor, dan kecerdasan.

### 4.1.4 Deskripsi Program TalkCation

Gambar 4.2 Logo TalkCation



(Sumber: Arsip Cipta Karya Media)

Reksa Birama Television (RBTV) menayangkan sebuah talk show yang bersifat edukasi yaitu TalkCation. TalkCation, yang merupakan singkatan dari *Talking Education For Action*, akan mengeksplorasi dunia kreatif dan sekitarnya dalam upaya menginformasikan, menginspirasi, dan memotivasi masyarakat Indonesia. Pertunjukan ini akan menampilkan narasumber yang dapat menginspirasi dan memotivasi generasi muda untuk bertindak efektif dan memiliki potensi, bakat, pengalaman, dan prestasi di bidang kreatif.

Talkcation tahun ini tayang di RBTV setiap Selasa pukul 09.00 hingga 10.00 WIB.

Program talkshow ini sudah tayang sejak tahun 2020 dan diproduksi oleh agenerasi-1 Ilmu Komunikasi angkatan 2017 dengan nama Waiki Production dan Mandala Production. Saat itu, kedua PH (*Production Hous*) tersebut masih menjadi wadah bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk menyelesaikan Kuliah Kerja Komunikasi (K3). Kemudian, pada tahun 2021, TakCation mengalami revitalisasi hasil kerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Kerjasama ini dikemas dalam program MBKM (Magang Belajar Kampus Merdeka) yang dibuat oleh mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018 dan Sengkuyung *Pictures*. Mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019 dari tim produksi Rumah Kreatif Media ini kemudian kembali memproduksi TalkCation dengan konsep yang lebih *fresh*.

Pada tahun 2023, Talkcation dikerjakan oleh Angkatan Ilmu Komunikasi 2020 dengan tim produksi Cipta Karya Media. Dimana pada Angkatan ini sangat memberikan perubahan besar seperti adanya animasi dan *mascot* yang menjadi sebuah hal yang cukup baru dan menjadi icon. Produksi kali ini ditargetkan dapat menyelesaikan 8 episode selama proses Kuliah Kerja Komunikasi (K3) berlangsung.

#### **4.2 Profil Informan**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mendapatkan sumber data melalui wawancara. Pada penelitian ini terdapat 3 informan untuk diwawancarai, 3 informan tersebut merupakan mahasiswa yang mengikuti program magang di stasiun televisi RBTV untuk mengerjakan program TalkCation. Berikut merupakan profil informan pada penelitian ini :

##### **1. Febriansyah Dwi Putranto (Informan 1)**

Febriansyah Dwi Putranto yang kerab akrab dipanggil Febri merupakan produser dari tim yang memproduksi program TalkCation pada angkatan ke-5 tahun 2023. Febri bertanggung jawab untuk mengawasi dan

mengarahkan proses produksi program TalkCation. Wawancara dilakukan pada Minggu, 28 Januari 2024 di Atiga Café Condongcatur.

**Gambar 4.3** Dokumentasi Wawancara



Sumber : Dokumen Pribadi

2. Ryan D. Rada (Informan 2)

Ryan D. Rada yang kerabat akrab dipanggil Ryan merupakan kepala kreatif dari tim yang memproduksi program TalkCation pada angkatan ke-5 tahun 2023. Ryan bertanggung jawab sebagai kepala kreatif dimana Ryan mengawasi pembuatan konsep kreatif dari awal sampai akhir produksi program TalkCation. Wawancara dilakukan pada Minggu, 28 Januari 2024 di Atiga Café Condongcatur.

**Gambar 4.4** Dokumentasi Wawancara



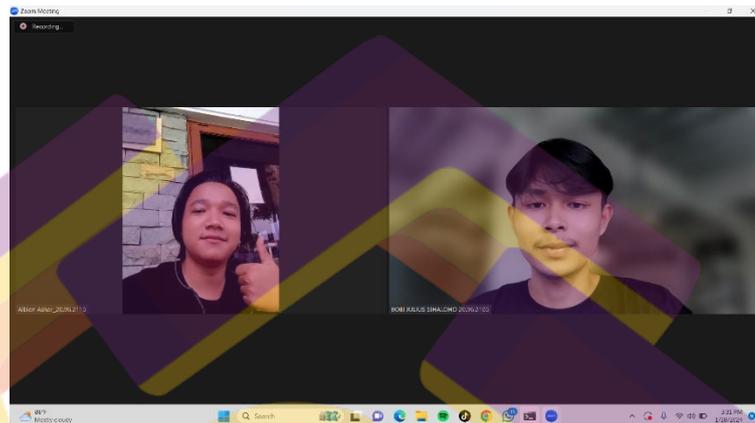
Sumber : Dokumen Pribadi

3. Raden Albion Ashar Purnama (Informan 3)

Raden Albion Ashar Purnama yang kerabat akrab dipanggil Albion merupakan kameramen 1 (Master) pada produksi program TalkCation

angkatan ke-5 tahun 2023. Albion bertanggung jawab untuk mengoperasikan kamera master dan juga mengurus segala hal yang berkaitan dalam proses pengambilan gambar. Wawancara dilakukan pada Minggu, 28 Januari 2024 *via online* (Zoom).

**Gambar 4.5** Dokumentasi Wawancara



Sumber : Dokumen Pribadi

### **4.3 Hasil Temuan Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Pada bab ini, penulis akan secara deskriptif menjelaskan hasil dari wawancara yang dilakukan. Wawancara dilakukan secara langsung dengan beberapa anggota tim TalkCation 5.0, termasuk Febriansyah Dwi Putranto (Produser TalkCation), Ryan Danilo Rada (Kepala Kreatif), dan Rade Albion Ashar Purnama (Kamera). Fokus penelitian adalah pada strategi kreatif pengambilan gambar yang digunakan oleh TalkCation dalam produksi episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan". Berikut adalah hasil dari wawancara yang dapat dipresentasikan:

#### **4.3.1 Strategi Kreatif Pengambilan Gambar**

Dalam episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" dari program "TalkCation", strategi kreatif pengambilan gambar menjadi kunci dalam membangun pengalaman visual yang mendalam bagi pemirsa. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah framing yang dinamis, di mana

penggunaan sudut pandang yang unik dan komposisi yang menarik digunakan untuk menghadirkan momen-momen yang penuh makna dalam perjalanan bisnis yang dijelajahi.

*“jadi kami berdiskusi tentang strategi kreatif pengambilan gambar supaya tidak menyerupai dengan pengambilan sebelumnya, nah kontribusi yang kami lakukan adalah dengan menciptakan slider. Slider itu dimanfaatkan sebagai upaya supaya gambar kamera satu itu menjadi lebih dinamis dan lebih lebih berbeda dari sebelumnya” (Wawancara dengan, Raden Albion Ashar Purnama selaku kameramen 1, 28 Januari 2024).*

Selain itu, penggunaan teknik sinematografi menjadi strategi penting dalam pengambilan gambar. Menurut Rika dan Assyari (2020), sinematografi adalah ilmu yang membahas teknik dalam pengambilan gambar yang menjadi satu rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide dari cerita sebuah gambar. Gerakan kamera yang dinamis, fokus selektif, dan pengaturan *depth of field* yang cermat digunakan untuk menambahkan dimensi visual yang lebih dalam pada cerita. Pentingnya konsistensi dalam gaya visual juga tidak dapat diabaikan, di mana palet warna yang konsisten, komposisi yang seragam, dan elemen visual lainnya memberikan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali untuk episode tersebut.

Menurut Hermawan dkk (2021), pencahayaan menjadi unsur penting dalam *cinematografi* yang mampu berdampak pada tingkat emosi audiencenya. Pencahayaan juga menjadi elemen kunci dalam menciptakan atmosfer yang sesuai dengan tema dan suasana yang diinginkan. Penggunaan pencahayaan alami di lokasi atau pencahayaan studio yang dipilih dengan hati-hati membantu menciptakan tampilan visual yang menarik dan memikat.

*“Kalau TV itu pantangannya cuman satu selain pengambilan gambar lebih kepencahayaan, jadi waktu episode 1 atau 2 masih cenderung gelap ruangnya jadi ya bahan evaluasi kita untuk selanjutnya untuk lebih terang lagi ruangnya”.*(Wawancara dengan, Febriansyah selaku Producer, 21 Januari 2024)

Kemudian, penekanan pada detail-detail visual yang menarik juga menjadi bagian integral dari strategi kreatif. Melalui *close-up* pada objek atau ekspresi wajah, pengambilan gambar mampu menambahkan dimensi emosional dan naratif yang lebih dalam pada pengalaman pemirsa. Pendekatan ini membantu menarik perhatian pemirsa pada detail-detail kecil yang mungkin memiliki makna penting dalam cerita secara keseluruhan.

*“ Oke seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya tapi dalam pengambilan gambar ini kan kita membuat bahasa sinematik ya dan membuat bahasa sinematik ini pun kita harus memberikan informasi dalam setiap framing yang kita buat, Nah karena saya yang bertugas untuk membuat framing Master sehingga informasi yang dicapu pun harus informasi-informasi yang penting jadi di ketika disitu kita terdapat bahwa obrolan dari host dan arasumbernya itu lebih penting saya akan menyoroti itu untuk track-in atau kita majukan menjadi lebih close-up gitu sehingga informasi yang diberikan bisa lebih detail bisa lebih jelas karena penonton akan merasa lebih dekat dengan host dan arasumbernya seperti itu” (Wawancara dengan, Raden Albion Ashar Purnama selaku kameramen 1, 28 Januari 2024).*

Dengan menggabungkan semua elemen ini dengan kreativitas yang tinggi, tim produksi "TalkCation" berhasil menciptakan episode yang memukau secara visual dan meningkatkan kedalaman naratifnya. Hasilnya adalah sebuah karya yang memikat dan mampu meninggalkan kesan mendalam pada pemirsa.

#### **4.3.1.1 Pemahaman Konteks**

Strategi pemahaman konteks merupakan landasan penting dalam merancang strategi kreatif pengambilan gambar untuk episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan" dalam program "TalkCation". Pemahaman yang mendalam tentang konteks episode membantu tim produksi untuk mengarahkan pengambilan gambar dengan tepat, memastikan bahwa setiap adegan dan momen yang ditangkap secara visual memiliki relevansi dan daya tarik yang kuat bagi pemirsa.

Sebelum memulai proses produksi, tim produksi melakukan analisis menyeluruh tentang tema utama episode dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan", tim memahami bahwa episode ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana hobi dapat diintegrasikan ke dalam dunia bisnis. Pemahaman yang jelas tentang tema dan tujuan ini membantu tim untuk merancang pengambilan gambar yang mendukung pesan yang ingin disampaikan.

Tim produksi juga mengidentifikasi tokoh dan narasumber yang relevan dengan tema episode. Mereka mencari individu yang memiliki pengalaman yang kuat dalam bidang bisnis dan hobi yang sedang dibahas, serta memiliki kisah inspiratif yang dapat memperkaya narasi episode. Pemilihan tokoh dan narasumber yang tepat membantu dalam merancang adegan yang menarik dan informatif.

*“Jadi, dari pertama itu, untuk masalah narasumber, emang lihatnya itu kita mencari seorang yang keren ya. Keren dalam artian itu bisa apa aja. Nah, lalu, yang kita inginkan disini tuh, baik keren disini sebagai entrepreneur buat episode 7, oke, di dalam Jogja itu siapa sih yang keren dan pengusaha dan dari hobinya? Yaitu, Ren Floris. Yang gimana tuh, dari latar belakangnya, dari latar-latar belakang beliau, emang hobinya, hobinya emang bunga, kebetulan juga itu salah satu kesenangannya. Terus, dijadikan bisnis juga, yang gimana, yang dimana sempat, apa, sempat di waktu itu, booming”.*  
(Wawancara dengan, Ryan selaku Creative Head, 21 Januari 2024)

Dari narasumber tersebut sesuai dengan tema yang akan digunakan dalam episode ini. Narasumber memiliki hobi yang dapat menghasilkan. Hobi yang biasanya dilakukan hanya untuk mengisi waktu luang, tetapi kini dapat dilakukan dan menjadi peluang bisnis. Dengan memanfaatkan wirausaha yang menjadi narasumber sesuai dengan tema diharapkan bisa menjadi contoh dari banyaknya wirausaha yang berasal dari hobi. Menurut Schumpeter (2020), wirausaha adalah seseorang yang paham bagaimana cara untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mampu untuk mengubahnya menjadi sebuah bisnis baru yang menguntungkan.

#### 4.3.1.2 Penetapan Tujuan Visual

Penetapan tujuan visual yang jelas menjadi landasan strategi kreatif. Apakah gambar bertujuan untuk menggambarkan emosi tertentu, menarik perhatian, atau menyampaikan pesan khusus, tujuan ini menjadi panduan dalam pengambilan gambar. Dengan memiliki tujuan yang terdefinisi dengan baik, tim produksi dapat memastikan bahwa setiap adegan dan komposisi visual memiliki arah yang jelas dan konsisten, memaksimalkan dampak visualnya pada pemirsa.

*“konsep dan tujuan kami kan adalah membuat TalkCation ini menjadi lebih berbeda, seperti pada tagline nya Talking education for action bahwa TalkCation ini tuh mengambil memberikan gambaran umum tentang eh informasi yang mau disampaikan adalah pembicaraan dengan aksi gitu. Jadi kami memberikan konsep gambar-gambar yang visual yang lebih dinamis ya layaknya pada talkshow talkshow pada umumnya cuman disini kami memberikan elemen-elemen gambar yang seperti moving camera yang membuat gambar-gambar yang lebih berbeda dan moving camera yang saya kendalikan adalah mungkin kamera slider di kamera master. Sehingga dengan adanya kamera Master itu harapannya sebagai operatornya adalah dapat mencerminkan konsep dan tujuan episode ini”.* (Wawancara dengan, Raden Albion Ashar Purnama selaku kameramen 1, 28 Januari 2024).

Menurut M. Fazmi dan Zairul (2019), *moving camera* dapat dikatakan berhasil karna dari awal *moving camera* sudah ditetapkan akan seperti apa, sehingga penonton yang melihat pergerakan yang terjadi dapat merasakan suatu perbedaan reaksi. Selain dalam proses penetapan tujuan visual seperti *moving camera*, pertimbangan terhadap konsep, tema, dan pesan keseluruhan episode memainkan peran penting. Setiap pengambilan gambar harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang konteks episode dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan demikian, setiap aspek visual dapat berkontribusi secara maksimal dalam memperkuat narasi dan menyampaikan pesan yang diinginkan kepada pemirsa.

*“Oke seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya tapi dalam pengambilan gambar ini kan kita membuat bahasa sinematik ya, dan membuat bahasa sinematik ini pun kita harus memberikan informasi dalam setiap framing yang kita buat, Nah karena saya*

*yang bertugas untuk membuat framing Master sehingga informasi yang dicapai pun harus informasi-informasi yang penting jadi di ketika disitu kita terdapat bahwa obrolan dari host dan arasumbernya itu lebih penting saya akan menyoroti itu untuk track-in atau kita majukan menjadi lebih close-up gitu sehingga informasi yang diberikan bisa lebih detail bisa -lebih jelas karena penonton akan merasa lebih dekat dengan host dan arasumbernya seperti itu". (Wawancara dengan, Raden Albion Ashar Purnama selaku kameramen 1, 28 Januari 2024).*

Selain itu, penetapan tujuan visual yang jelas juga memungkinkan untuk eksperimen dan kreativitas dalam pengambilan gambar. Dengan memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang ingin dicapai, tim produksi dapat mencari cara baru dan inovatif untuk menyampaikan pesan secara visual, meningkatkan daya tarik dan keefektifan episode secara keseluruhan. Dengan demikian, tujuan visual tidak hanya menjadi panduan, tetapi juga menjadi sumber inspirasi untuk penciptaan gambar yang kuat dan bermakna.

#### **4.3.1.3 Pemilihan Gaya dan Teknik**

Dalam strategi kreatif pengambilan gambar untuk episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan", pemilihan gaya dan teknik memegang peranan utama dalam menciptakan narasi visual yang kuat. Pertama, pemilihan gaya visual yang sesuai dengan tema episode menjadi kunci dalam menentukan kesan yang ingin disampaikan kepada pemirsa. Kemudian penggunaan teknik sinematografi yang tepat memperkaya pengalaman visual pemirsa. Teknik seperti pencahayaan, framing, dan gerakan kamera dipilih dengan cermat untuk meningkatkan kedalaman cerita dan menyoroti momen-momen kunci. Misalnya, pencahayaan yang dramatis dapat menciptakan suasana yang intens, sementara framing yang kreatif dapat mengarahkan perhatian pemirsa pada detail-detail penting.

*"Nah sebenarnya itu pas ketika kita mau shoot talkation itu selalu kita ada empat kamera jadi tiganya itu paten fix cover-cover semua cuman yang cover ketiganya itu lebih apa lebih mengarah ke apa mengarahkan narasumber dan ke host tersebut jadi kayak istilahnya itu kayak sampingnya gitu terus untuk masternya kita menggunakan slider tapi slidernya itu kita buat sendiri yang*

*gimana tuh tujuannya slider yang kita untuk buat masternya yaitu balik lagi jadi tujuannya slider kita tuh buat mengisi kayak pendekatan antara pemirsa dan penonton pemirsa dan narasumber dan host jadi itu ketik ada misal si mba Hastin bilang hal yang seperti gini jadi sebelumnya sebelum beliau nya menyampaikanada pertanyaan yang ingin menanyakan yang lebih dalam lagi jadi sebelum Mba Hastin menjawab pertanyaannya kameranya dari apa dari posisi track out sudah track in jadi merasakan kedekatan antara pemirsa dengan narasumber dan host”. (Wawancara dengan, Ryan selaku Creative Head, 21 Januari 2024)*

Menurut Rika dan Assyari (2020), teknik sinematografi memiliki beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk memperhitungkan hasil setiap *shoot* kamera yang dapat dihasilkan menjadi suatu gambar yang utuh sehingga dapat menyampaikan sebuah pesan kepada penonton dari hasil sebuah gambar.

#### **4.3.1.4 Kreativitas dalam Pencahayaan**

Kreativitas dalam pencahayaan menjadi salah satu aspek utama yang memperkaya pengalaman visual pemirsa. Pertama-tama, kreativitas dalam pencahayaan memungkinkan tim produksi untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan tema dan suasana episode. Melalui penggunaan pencahayaan yang inovatif, seperti pencahayaan alami di lokasi atau pencahayaan studio yang dirancang khusus, episode dapat diberi nuansa visual yang unik dan menarik.

*“Pencahayaan lampu penting pakai merek apa aja itu gak ada masalah cuman kayak permainan bagaimana key lightnya mana, terus background lightnya, mana Front lightnya mana, backlightnya mana, side lightnya mana jadi cahaya itu rata tidak ada cenderung shadow di bagian kanan atau kiri”. (Wawancara dengan, Febriansyah selaku Producer, 21 Januari 2024)*

Menurut Sigit (2022), dalam mengatur dan menghitung pencahayaan sangat menentukan kualitas gambar yang dihasilkan. Penentuan cahaya yang diharapkan dalam pengambilan gambar sangat bergantung pada kesan apa yang di harapkan sehingga dapat timbul komposisi yang ingin di capai, seperti intensitas cahaya yang seimbang.

Kemudian, kreativitas dalam pencahayaan juga memungkinkan tim produksi untuk menyoroti aspek-aspek tertentu dari cerita atau objek dalam frame dengan cara yang dramatis dan efektif. Misalnya, dengan mengatur pencahayaan secara cermat, tim dapat menekankan emosi atau atmosfer tertentu dalam adegan, meningkatkan intensitas narasi, dan menarik perhatian pemirsa pada elemen-elemen penting.

## **4.4 Pembahasan**

### **4.4.1 Proses dalam Strategi Kreatif Pengambilan Gambar**

Dalam proses Strategi Kreatif Pengambilan Gambar, setiap tahapan memiliki peran penting dalam memastikan pencapaian konten visual yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Proses terbentuknya strategi kreatif ini dilakukan seperti diskusi antar *crew* sehingga mempunyai hasil berupa konsep yang akan dikembangkan dalam programnya (Ryandra 2022). Namun, selain memiliki proses, dalam pembentukan strategi kreatif juga memiliki tahap yang harus dilakukan.

Tahap awal, yaitu Strategi Kreatif Pemahaman Konteks, memerlukan pemahaman yang mendalam tentang konteks episode atau proyek yang sedang dikerjakan. Ini melibatkan analisis yang teliti untuk memahami pesan yang ingin disampaikan, tema yang ingin dijelajahi, dan tujuan akhir dari konten visual yang akan diproduksi. Dengan pemahaman yang kokoh tentang konteks ini, tim produksi dapat menetapkan panduan yang jelas untuk seluruh proses produksi.

Selanjutnya, dalam strategi kreatif penetapan tujuan visual, tim harus menetapkan tujuan yang spesifik dalam pengambilan gambar. Hal ini mencakup identifikasi jenis gambar yang diinginkan, suasana yang ingin diciptakan, dan kesan yang ingin disampaikan kepada pemirsa. Penetapan tujuan yang tepat menjadi landasan bagi keberhasilan proses produksi, karena membantu dalam mengarahkan upaya ke arah pencapaian hasil yang diinginkan.

Tahap berikutnya, yaitu strategi kreatif pemilihan gaya dan teknik, memerlukan keputusan yang bijak dalam memilih gaya visual dan teknik sinematografi yang sesuai dengan konsep dan tema episode. Keputusan ini didasarkan pada suasana yang ingin diciptakan dan pesan yang ingin disampaikan kepada pemirsa. Pemilihan gaya dan teknik yang tepat dapat memperkuat narasi visual dan meningkatkan daya tarik episode secara keseluruhan.

Terakhir, dalam tahap strategi kreatif kreativitas dalam pencahayaan, pentingnya kreativitas dalam memanfaatkan pencahayaan untuk menciptakan efek visual yang memukau tidak boleh diabaikan. Ini melibatkan pemilihan pencahayaan yang tepat untuk menciptakan suasana yang diinginkan, serta menyoroti elemen-elemen penting dalam adegan. Dengan menggabungkan kreativitas dalam penggunaan pencahayaan, tim produksi dapat meningkatkan kualitas visual dan mendukung narasi episode secara menyeluruh.

Dengan memperhatikan setiap tahapan secara sistematis dan mengintegrasikan strategi kreatif di setiap langkah, tim produksi dapat memastikan penghasilan konten visual yang berkualitas dan memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini berpotensi menghasilkan sebuah episode yang memukau dan memikat bagi pemirsa, meningkatkan pengalaman menonton secara keseluruhan.

#### **4.4.1.1 Strategi Kreatif Pemahaman Konteks**

Strategi pemahaman konteks merupakan landasan penting dalam merancang strategi kreatif pengambilan gambar pada episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" dalam program "TalkCation". Pemahaman yang mendalam tentang konteks episode membantu tim produksi untuk mengarahkan pengambilan gambar dengan tepat, memastikan bahwa setiap adegan dan momen yang ditangkap secara visual memiliki relevansi dan daya tarik yang kuat bagi pemirsa. Dengan begitu pemahaman konteks pada pengambilan gambar mengacu pada penerapan cara kerja yang

optimal dan rencana yang matang dalam tahap praproduksi dan produksi (Arieffansyah 2023). Berikut adalah penjelasan tentang bagaimana strategi pemahaman konteks digunakan dalam merancang pengambilan gambar untuk episode tersebut:

#### A. Analisis Tema dan Tujuan Episode

Sebelum memulai proses produksi, tim produksi melakukan analisis menyeluruh tentang tema utama episode dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan", tim memahami bahwa episode ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana hobi dapat diintegrasikan ke dalam dunia bisnis. Pemahaman yang jelas tentang tema dan tujuan ini membantu tim untuk merancang pengambilan gambar yang mendukung pesan yang ingin disampaikan.

#### B. Identifikasi Tokoh dan Narasumber yang Relevan :

Tim produksi juga mengidentifikasi tokoh dan narasumber yang relevan dengan tema episode. Mereka mencari individu yang memiliki pengalaman yang kuat dalam bidang bisnis dan hobi yang sedang dibahas, serta memiliki kisah inspiratif yang dapat memperkaya narasi episode. Pemilihan tokoh dan narasumber yang tepat membantu dalam merancang adegan yang menarik dan informatif.

### **4.4.1.2 Strategi Kreatif Penetapan Tujuan Visual**

Dalam strategi kreatif pengambilan gambar untuk episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan", penetapan tujuan visual menjadi landasan utama dalam memandu proses produksi menuju pencapaian pesan dan tujuan yang ingin disampaikan. Menurut Paskalina (2021), bagian tujuan visual merupakan sebuah pesan yang memiliki acuan dalam perancangan program tersebut, yaitu bagaimana sebuah pengambilan gambar dapat menarik minat penonton. Selain itu, tujuan dari adanya penetapan visual yaitu, pertama penetapan tujuan visual mengarah pada fokus yang kuat

terhadap tema episode, yang menggabungkan aspek bisnis dengan hobi. Setiap adegan yang direncanakan harus memberikan penekanan visual yang konsisten pada interaksi antara kedua elemen ini, menciptakan kesinambungan yang kuat dalam narasi visual.

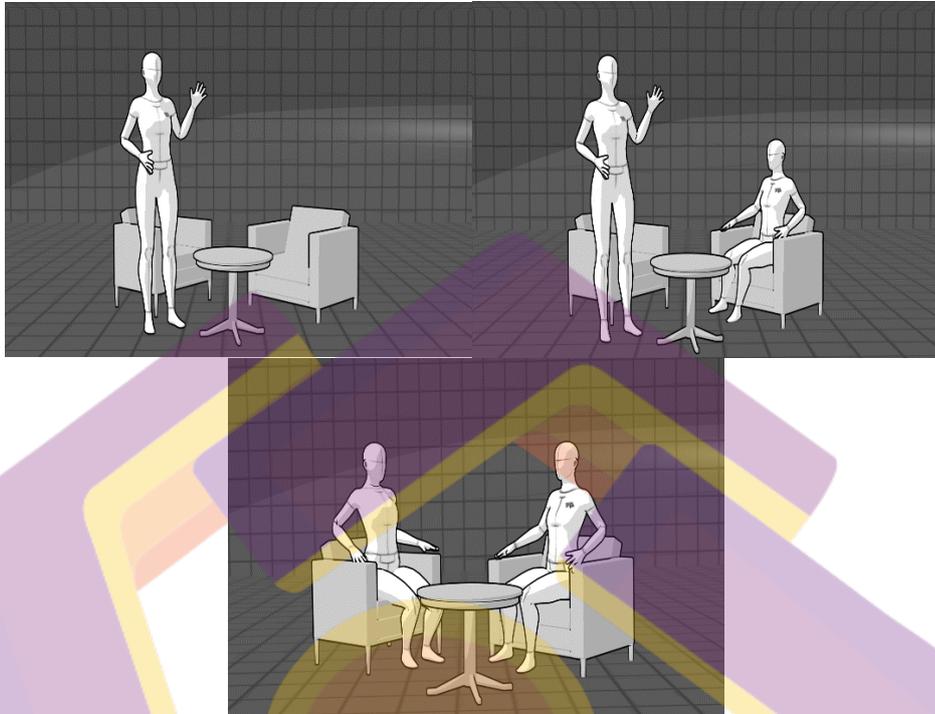
Kedua, penetapan tujuan visual juga bertujuan untuk menyoroti inspirasi dan kreativitas yang terkait dengan penggabungan bisnis dan hobi. Pengambilan gambar harus mampu menggambarkan momen-momen di mana para pelaku bisnis mengekspresikan dedikasi mereka terhadap hobi mereka dan bagaimana hal ini memengaruhi inovasi dan kreativitas dalam bisnis mereka. Hal ini memungkinkan pemirsa untuk terhubung dengan narasi secara emosional dan menarik inspirasi dari kisah-kisah yang disampaikan.

Terakhir, penetapan tujuan visual dalam strategi kreatif pengambilan gambar juga bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai dan pesan yang ingin disampaikan dengan jelas kepada pemirsa. Setiap adegan dan komposisi visual harus dirancang dengan tujuan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan tentang pentingnya mengikuti passion dalam karier, mendorong kreativitas dalam bisnis, dan mengeksplorasi keterkaitan antara hobi dan kesuksesan bisnis. Dengan demikian, penetapan tujuan visual membantu dalam menciptakan pengalaman menonton yang mendalam dan bermakna bagi pemirsa.

#### **4.4.1.3 Strategi Kreatif Pemilihan Gaya dan Teknik**

Strategi kreatif pemilihan gaya dan teknik pengambilan gambar pada episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" didasarkan pada konsep untuk menciptakan visual yang menarik dan memikat, serta mendukung narasi yang kuat. Pertama, pemilihan gaya visual dilakukan dengan memperhatikan tema dan pesan yang ingin disampaikan. Tim produksi mungkin memilih antara gaya dokumenter yang lebih naturalistik atau gaya sinematik yang lebih dramatis, tergantung pada suasana dan emosi yang ingin dicapai.

**Gambar 4.6** *Storyboard TalkCation*



(Sumber : Arsip TalkCation)

Selanjutnya, teknik sinematografi dipilih untuk meningkatkan kedalaman cerita dan memberikan dampak visual yang kuat kepada pemirsa. Menurut Mahendra (2018), teknik sinematografi digunakan dalam pengambilan gambar dan menggabungkan gambar menjadi satu dengan begitu gambar seolah-olah bergerak. Ini meliputi penggunaan pencahayaan yang sesuai untuk menciptakan atmosfer yang tepat sesuai dengan suasana setiap adegan. *Framing* dan komposisi yang dipilih dengan cermat untuk menyoroti momen-momen penting dan menarik perhatian pemirsa pada detail-detail krusial.

Selain itu, penggunaan gerakan kamera juga menjadi bagian dari strategi kreatif. Gerakan kamera yang terencana dengan baik dapat menambah dimensi visual pada episode, memberikan dinamika dan ketegangan yang dibutuhkan dalam cerita. Dengan memanfaatkan teknik-teknik seperti *tilt*, *pan*, atau *crane shots*, tim produksi dapat

mengeksplorasi sudut pandang yang unik dan menciptakan pengalaman menonton yang lebih mendalam.

Selama produksi langsung, kamera juga sering kali digunakan untuk menyorot detail-detail penting, menangkap emosi dari wajah-wajah para narasumber, atau memberikan sudut pandang yang menarik untuk memperkaya tayangan. Secara keseluruhan, kamera dalam tayangan televisi bukan hanya alat teknis, tetapi merupakan elemen kreatif yang membantu menyampaikan cerita, menangkap esensi suatu acara, dan memberikan pengalaman visual yang menarik kepada pemirsa. Kamera yang digunakan pada produksi program TalkCation ada sebanyak 4 unit. Dan dari ke 4 unit kamera yang digunakan semuanya merupakan merek kamera yang sama yaitu kamera dari pabrikan Sony. Keterbatasan alat ini menjadi tantangan bagi tim produksi TalkCation dimana alat yang digunakan tidak sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur). Namun keterbatasan ini tidak memberikan halangan tim produksi TalkCation untuk memberikan kualitas visual yang baik sehingga dapat menarik minat para penonton.

Tim kameramen TalkCation menggunakan strategi berupa memanfaatkan teori sinematografi dan teknik *blocking* kamera dalam proses produksi TalkCation. Dimana tim kameramen menentukan blokingan kamera dan *angle* tiap kamera yang berbeda sehingga memberikan kesan menarik untuk para penonton. *Blocking* kamera yang diterapkan tim kameramen kali ini sama saja seperti bloking kamera pada tayangan televisi pada umumnya seperti kamera master untuk merekam keseluruhan isi studio dan kamera 2 dan 3 merekam *host* dan narasumber. Tetapi ada sedikit yang memberdakan yaitu kamera 4 yang merekam 2 objek secara bersamaan. Dimana kamera 4 merekam langsung *host* dan narasumber dengan *angle* kamera *over shoulder* dari sisi kanan belakang *host*. Dan juga kamera master dipasangkan alat berupa *dolly slider* yang memungkinkan kamera master melakukan *movement* maju mundur sehingga

memberikan kesan menarik pada tayangan dibandingkan dengan melakukan *zoom out-zoom in* pada lensa kamera.

Konsistensi visual juga penting dalam strategi ini. Dengan menjaga kesatuan gaya dan teknik sepanjang episode, tim produksi dapat menciptakan alur visual yang konsisten dan menguatkan kesan keseluruhan episode pada pemirsa. Dengan demikian, strategi kreatif pemilihan gaya dan teknik pengambilan gambar pada episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" bertujuan untuk menciptakan pengalaman visual yang kuat dan memuaskan bagi pemirsa sambil mendukung narasi yang ingin disampaikan.

#### 4.4.1.4 Strategi Kreatif Kreativitas dalam Pencahayaan

Strategi kreatif kreativitas dalam pencahayaan pada episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" bertujuan untuk menciptakan atmosfer visual yang menarik, mendalam, dan sesuai dengan tema yang diusung. Pertama, kreativitas dalam pencahayaan melibatkan pemilihan sumber cahaya yang tepat untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan suasana setiap adegan. Misalnya, pencahayaan alami dapat digunakan untuk memberikan kesan kehangatan dan keaslian dalam adegan yang menggambarkan interaksi antara narasumber.

**Gambar 4.7**

Pencahayaan pada Tayangan Episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan"



(Sumber : RBTV)

Selanjutnya, penggunaan teknik pencahayaan yang inovatif membantu menyoroti aspek-aspek tertentu dalam cerita. Tim produksi dapat menggunakan pencahayaan dramatis untuk menekankan emosi atau momen penting dalam adegan, menciptakan kontras yang kuat antara cahaya dan bayangan untuk menambah kedalaman visual. Teknik ini memungkinkan pemirsa untuk lebih terhubung dengan cerita dan karakter dalam episode.

Selain itu, kreativitas dalam pencahayaan juga melibatkan eksperimen dengan warna, intensitas, dan sudut pencahayaan. Tim produksi dapat memilih untuk menggunakan filter warna atau gel untuk menciptakan suasana yang khusus atau memainkan pencahayaan dengan memanfaatkan reflektor atau cermin untuk menciptakan efek yang unik. Dengan berani mengambil risiko dan mencari pendekatan baru dalam pencahayaan, episode ini menjadi lebih dinamis, menarik, dan menginspirasi bagi pemirsa.

Konsistensi visual juga diperhatikan dalam strategi ini. Meskipun mencari kreativitas, penting untuk mempertahankan kesatuan dalam pencahayaan sepanjang episode. Ini mencakup memastikan konsistensi dalam penggunaan warna, intensitas cahaya, dan efek visual sehingga episode memiliki aliran visual yang kohesif dan menyatu. Dengan demikian, strategi kreatif kreativitas dalam pencahayaan pada episode "Bisnis: Jalan Hobi Juga Jalan" bertujuan untuk menciptakan pengalaman visual yang memukau dan mendalam bagi pemirsa sambil memperkuat narasi yang ingin disampaikan. Selain itu, hasil natural dapat terlihat dengan cara menciptakan suasana yang positif dengan begitu dapat memberikan efek yang bagus pada hasil pengambilan gambar (Arofah dan Sari, 2022).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam analisis strategi kreatif pengambilan gambar pada program acara TalkCation episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan," dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknik pengambilan gambar yang terencana dan efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan kualitas visual dan naratif dari acara tersebut. Melalui penggunaan angle yang variatif, pencahayaan yang tepat, framing yang kreatif, dan komposisi visual yang menarik serta konsistensi visual yang berkelanjutan, berhasil menciptakan atmosfer yang memikat dan mendukung tujuan komunikasi dari program. Selain itu, analisis juga menyoroti pentingnya adaptasi strategi kreatif terhadap konteks acara, audiens, serta tujuan yang ingin dicapai, menegaskan bahwa partisipasi aktif kepala kreatif dan kameramen dalam menginterpretasikan dan menerapkan strategi kreatif menjadi kunci keberhasilan visual dari "TalkCation" episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan".

#### **5.2 Saran**

Adapun saran yang penulis berikan setelah mengkaji penelitian skripsi dengan judul "Strategi Kreatif Pengambilan Gambar pada Program Acara TalkCation Episode Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan" adalah sebagai berikut

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Kepada penelitian selanjutnya dapat melakukan studi perbandingan dengan episode lain dari program "Talkcation" atau program serupa dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi kreatif yang digunakan dalam pengambilan gambar. Dengan membandingkan berbagai episode, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola umum dalam penggunaan teknik-teknik visual dan memperoleh wawasan yang lebih luas tentang praktik-praktik terbaik dalam produksi konten televisi.

### 5.2.2 Saran Praktis

Pada objek penelitian yaitu TalkCation yang di naungi RBTV ada baiknya memberi perhatian khusus terutama untuk proses dan keperluan produksi TalkCation. Strategi yang lebih matang akan memaksimalkan kualitas tayangan yang diberikan. Ada baiknya untuk TalkCation selanjutnya lebih mengembangkan lagi strategi kreatif yang mendukung proses produksi menuju hasil yang maksimal.

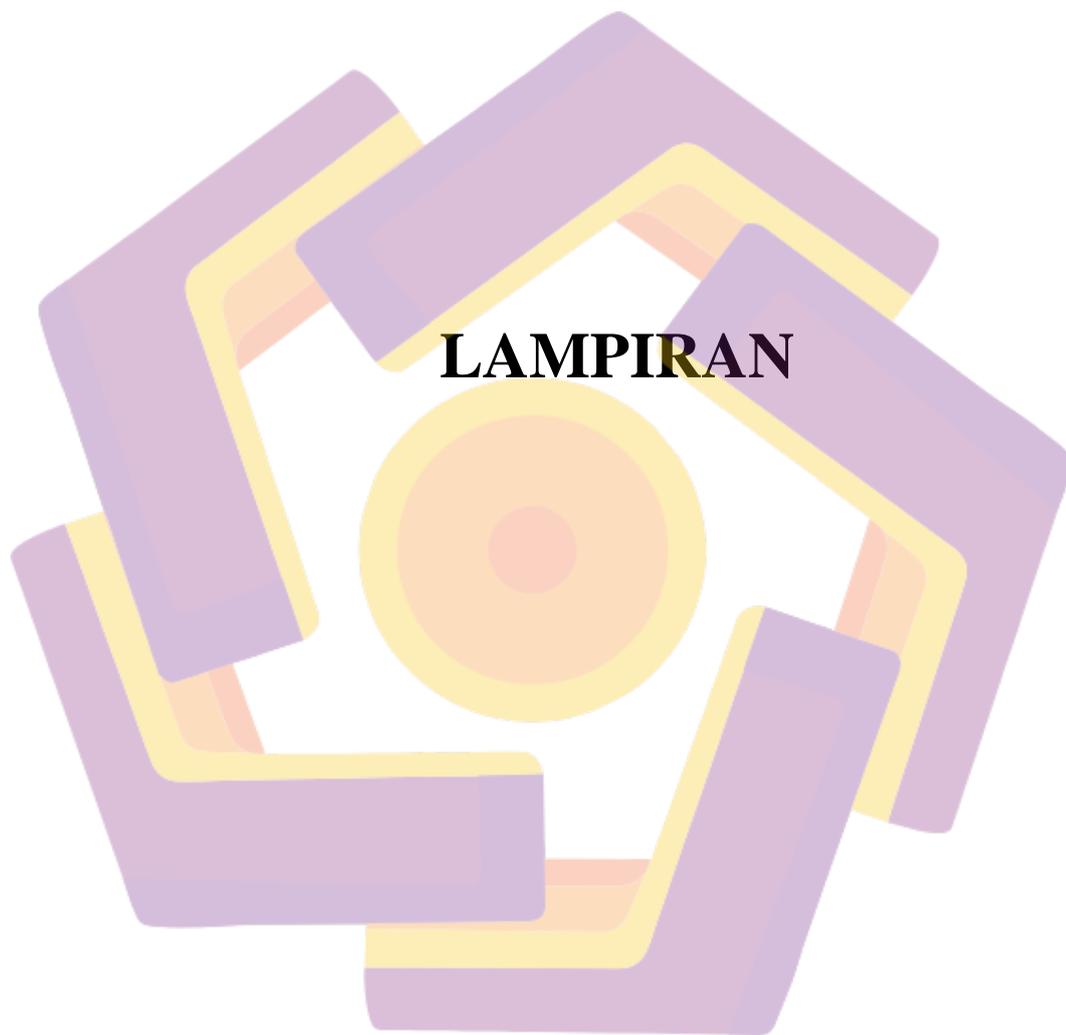


## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, R. S., Ticoalu, L. D., & Wahyuni, H. S. (2021). *Mengoptimalkan Peran Lembaga Perfilman Indonesia: Analisis Aspek Hak Cipta Terhadap Praktik Siaran Video Ilegal*. *Jurnal Kajian Pembaruan Hukum*, 1(2), 175-210.
- Arieffansyah, F. (2023). *Analisa Proses Editing Video Berita Menggunakan Software Edius Dan Adobe Premiere Pada Pasca Produksi Untuk Program Televisi Di PT. Indrasakti Media Televisi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 55-71.
- Arofah, D. N., & Sari, M. P. (2022). *Membangun Kesan Dramatis Dengan Pencahayaan Buatan Pada Karya Seni Fotografi*. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 6(1), 49-56.
- Bahri, S. (2017). *Pengembangan kurikulum dasar dan tujuannya*. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 11(1), 15-34
- Hakim, P. R., Syafrudin, A. H., Hasbi, W., & Rahman, A. (2014). *Analisis Penggunaan Data Kamera Video Untuk Meningkatkan Kualitas Koreksi Geometri Pada Citra Imager Pushbroom (Analysis Of Video Camera Data Usage To Improve Geometry Correction Quality On Pushbroom Imager Image)*. *Jurnal Teknologi Dirgantara*, 12(1).
- Herlambang, T. C., Anggoro, A. D., & Lestarini, N. (2018). *Strategi Peningkatan Rating Program Oleh Team Produksi Pada Acara Cover Version Di Sakti Tv Madiun Bulan April 2017*. *Indonesian Journal of Government and Communication Studies*, 1(1), 103-117.
- Hermawan, H., Albana, I., Prasetyo, AB, & Deden, D. (2021). *Penerapan pencahayaan Pada Animasi Tiga Dimensi Teater Merah Putih Untuk mengatur Dinamika Dan Kualitas Gambar Animasi*. *Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi Pendidikan (Jartika)*, 4 (1), 49-58.
- Karmila, K., & Andriansyah, A. (2022). *Peran Kameramen LPP TVRI Sulawesi Selatan Dalam Meningkatkan Pemahaman Etika Pengambilan Gambar di Kalangan Milenial*. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 4(2).
- Kusuma, S. S. (2022). *Analisis arah cahaya dalam studio fotografi*. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 13(2), 144-152.
- Kusuma, Y. (2021). *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*. *Jurnal Sudut Pandang*, 2(5), 1-5.
- Mahendra, R., Trisnadoli, A., & Nugroho, E. S. (2018). *Implementasi Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Film Animasi 3D Cerita Rakyat "Batu Belah Batu Betangkap"*. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 2(2), 578-583.
- Paskalina, A. J., Nirwana, A., & Nugroho, D. P. (2021). *Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung*. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 159-175.

- Richardo R, Mardiyana, Saputro.2014. *Tingkat Kreativitas Siswa Dalam MemecahkanMasalah Matematika Divergen DitinjauDari Gaya Belajar Siswa (Studi PadaSiswa Kelas IX MTs Negeri PlupuhKabupaten Sragen Semester GasalTahun Pelajaran 2013/ 2014)*. Jurnal Elektronik Pembelajaran Matematika.ISSN. 2339-1685, Vol 2, No 2 2014 Hal141-151.
- Ryandra, R. (2022). *Strategi Kreatif dalam Film Lemantun Karya Wregas Bhanutedja*. *Kalbisiana Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(2), 1621-1631.
- Sari, R. P., & Abdullah, A. (2020). *Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Video Klip Monokrom*. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 1(6), 418-423.
- Schumpeter, J. A. (2020). *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie: Mit einerEinführung von Heinz D. Kurz. utb GmbH*.
- Surachman, Akhmad Yani. 2019. *Komunikasi Internasional (Edisi 3)*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.





## INTERVIEW GUIDE

1. Bagaimana kontribusi Anda dalam mengembangkan strategi kreatif pengambilan gambar untuk episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan" dalam acara "TalkCation"?
2. Sejauh mana Anda terlibat dalam memastikan bahwa pengambilan gambar mencerminkan konsep dan tujuan episode ini, terutama dalam menyoroti keterkaitan antara bisnis dan hobi?
3. Bagaimana Anda mengintegrasikan elemen kreatif dalam pengambilan gambar untuk menciptakan narasi visual yang kuat dan menarik perhatian pemirsa?
4. Apakah ada tantangan khusus dalam mengambil gambar untuk episode dengan tema bisnis dan hobi, dan bagaimana Anda mengatasinya?
5. Bagaimana Anda memastikan bahwa pengambilan gambar tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mendukung pesan dan cerita yang ingin disampaikan tentang hubungan antara bisnis dan hobi?
6. Apakah ada teknik khusus yang Anda terapkan dalam pengambilan gambar untuk mencapai efek visual yang diinginkan dan mengkomunikasikan hubungan antara bisnis dan hobi dengan jelas?
7. Bagaimana kolaborasi dengan produser dan kepala kreatif memengaruhi cara Anda mengarahkan pengambilan gambar untuk mencapai visi kreatif yang diinginkan?
8. Apakah ada momen atau adegan tertentu yang menurut Anda berhasil menangkap esensi dari hubungan bisnis dan hobi melalui pengambilan gambar?
9. Bagaimana Anda menilai keberhasilan strategi kreatif pengambilan gambar dalam mencapai tujuan produksi dan memenuhi harapan pemirsa?
10. Apakah ada pengalaman atau insight khusus yang Anda peroleh dari pengambilan gambar dalam episode ini yang dapat Anda bagikan untuk penelitian lebih lanjut atau produksi acara di masa depan?

## TRANSKIP WAWANCARA

### Informan 1 :

Febriansyah Dwi Putranto (Produsen)

1. Sebagai produser Itu apa aja Kalau kontribusiku Ya pertama Jelas ya awalkan berarti secara general ya Pertama dari awal pembuatan konsep dulu. Terus yang kedua penunjukan narasumber yang pada akhirnya kan Mbak Hastin. Dari situ kita tau kan latar belakang narasumber yang kita Pilih itu siapa. Jadinya kita Ada apa ya Istilahnya tuh ada variasi di situ, maksudnya kan kalau misalnya temanya “Bisnis jalan hobi juga jalan” itu kan berarti narasumber punya dua pekerjaan. Jadi, Mbak Hastin di sisi lain dia punya pekerjaan tetap tapi di sisi lain dia juga punya hobi yang gak bisa ditinggalkan. Jadi ini ya lebih ke variasi. Kompetitor atau referensi itu kan juga banyak jadinya kalau aku mau memastikannya mungkin lebih ke pada akhirnya di editingnya lebih variasinya itu gimana kayak dari cut to cutnya karena kalau ngomongin pengambilan pada akhirnya tetap menggunakan empat prinsip itu kan Master covernya ada tiga jadi menurutku kalau teknik pengambilan gambar yang seperti itu gimana ya seperti pada umumnya cuman kan nanti lebih main di editingnya.
2. Jadi itu kontrolku ada dua pertama ketika di lapangan sama di pasca produksi. Karena kita sistem syutingnya itu Tapping ya jadi ketika tapping itu selesai kita ada pengecekan Setiap segmennya. Apakah sudah sesuai belum dari Host yang membawa acara sama narasumber yang menyampaikan materi. Kedua itu di pasca produksi yaitu lebih mengawasi teknik editingnya, maksudnya apakah editingnya sudah Sesuai dari yang pertama dijanjikan atau tidak.
3. Jadi, setiap sebelum syuting itu kita ada latihan dulu untuk host agar lebih menguasai materi yang dimana disitu juga melibatkan departemen teknis. Kayak dari peletakan kamera tetap sama seperti 4 prinsip tadi. Terus yang kedua yaitu ketika latihan itu Host maupun program director ataupun

kameramen kan pasti akan ada penyesuaian kan jadi ini ketika di lapangan pasti tidak kaget sudah terbiasa latihan walaupun narasumbernya itu bukan yang asli. Tapi setidaknya sudah ada persiapan untuk mengemas program itu, terjadi ketika di pra.

4. Kalau tantangan mungkin justru waktu itu lebih ke musim hujan dan studionya itu atapnya genteng jadi itu masalahnya bukan digambar. Kalau gambar justru dari Segmen 1 sampai 3 malah tidak ada masalah. Mungkin yang jadi masalah di eksternalnya kayak hujan terus bikin gentengnya berisik. Jadi lebih masalah ke audionya bukan visualnya kalau visualnya aman-aman aja.
5. Jadi itu di script ada materi yang dibuat kreatif jadi misalnya disitu Host bilang Mbak Astin ini adalah Seorang intreprenur yang memiliki usaha floris terbesar di Jogja maksudnya kan variasinya itu kan tidak cuman visual yang bagus. Kita nampilin Picture and picture, foto toko bungannya dan bunga-bunga yang bagus atau dia pernah terlibat dalam sebuah acara besar tapi kan Lebih ke misalnya (PIP) itu terus pengambilan gambar walaupun baik itu master cover cover bagaimana kita memvariasikannya ketika di editing aja jadi justru ini malah pertanyaan ini lebih menjurung lebih menjurung ke karena ketika diproduksi malah menurutku gak ada masalah.
6. Kalau aku Kembali ke referensi awal maksudnya kompetitor program kita tuh siapa sih. Jadi dari kompetitor itu jadi sebuah batasan. Aku bukan minta maksudnya kita semua belajar bagaimana pengambilan gambar yang pakai dolly terus majunya smooth atau mundurnya smooth lebih begitu, kalau misalnya kita pakai handheld itu panningnya seperti apa apakah yang spontan atau yang secara mengikuti pelan-pelan. Tapi kalau permintaan secara khusus mungkin kalau aku lebih ke pencahayaannya maksudnya bagaimana dari episode 1 Sampai episode 8 tetap konsisten.
7. Untuk mencapai visi kreatif Yang diinginkan kembali lagi tetap menjunjung tinggi koordinasi maksudnya dari episode sebelumnya itu jadi bahan evaluasi terbesar. Jadi dari evaluasi itu kan kita belajar harusnya tidak

seperti ini tapi seperti ini jadinya kalau ngomongin kolaborasi antara kepala kreatif dan kepala teknis yang terlibat dalam kameramen yaitu kita memanfaatkan pra itu jadi sebisa mungkin ketika produksi kita sudah paham dan mencoba profesional.

8. Momen tertentu mungkin kalau aku justru segmen dua bagian penyampaian materi sama segmen terakhir. Misalnya tips and tricks menurutku Informasi yang cukup Menarik ya. Pertama menarik buat aku yang memimpin program ini terus yang kedua menarik untuk penonton yang menonton karena itu ilmu yang mahal.
9. Kalau TV itu pantangannya cuman satu selain pengambilan gambar lebih kepencahayaan, jadi waktu episode 1 atau 2 masih cenderung gelap ruangnya jadi ya bahan evaluasi kita untuk selanjutnya untuk lebih terang lagi ruangnya. Nilai keberhasilan itu apakah gambar itu terlihat dengan jelas atau tidak selain teknik-teknik kayak cover-cover sama master.
10. Untuk menjadi standar TV itu sudah kalau alat utama yaitu kamera, kalau kamera gak ada masalah tapi lebih ke seragam mereknya. Karena kan setiap merek itu warnanya berbeda-beda. Jadi kalau komponen pertama kamera harus seragam artinya minimal mereknya sama kalau serinya beda tidak apa-apa yang penting mereknya. Yang kedua kebutuhan lensa karena kita ada main Zoom in sama zoom out untuk cover-cover. Jadi ada di titik dia tetap stay di covernya narasumber, ada titik dia stay tetap di covernya host. Tapi kan host dan narasumber itu kan dinamis ya pergerakannya jadinya lensanya itu penting juga. Yang terakhir itu pencahayaan lampu penting pakai merek apa aja itu gak ada masalah cuman kayak permainan bagaimana key lightnya mana, terus background lightnya, mana Front lightnya mana, backlightnya mana, side lightnya mana jadi cahaya itu rata tidak ada cenderung shadow di bagian kanan atau kiri.

## Informan 2 :

Ryan D Rada (Kepala Kreatif)

1. Jadi, pertama itu, Kita bedain ke tiga aspek ya. Pertama itu, dari segi narasumbernya. Kedua, dari segi mendapatkan esensi kedekatan kepada pemirsa dan awal-awal kepada pemirsa dan narasumber. Dan ketiga, terakhirnya adalah, apa, Apa ngemasin semua itu, bagaimana caranya si pemirsa ini merasakan konten yang disampaikan sama narasumber adalah relevan gitu. Jadi, dari pertama itu, untuk masalah narasumber, emang lihatnya itu kita mencari seorang yang keren ya. Keren dalam artian itu bisa apa aja. Nah, lalu, yang kita inginkan disini tuh, baik keren disini sebagai entrepreneur buat episode 7, oke, di dalam Jogja itu siapa sih yang keren dan pengusaha dan dari hobinya? Yaitu, Dan Floris. Yang gimana tuh, dari latar belakangnya, dari latar-latar belakang beliau, emang hobinya, hobinya emang bunga, kebetulan juga, kebetulan juga itu salah satu kesenangannya. Terus, dijadikan bisnis juga, yang gimana, yang dimana sempat, apa, sempat di waktu itu, booming. Terus, kedua, ee, kedua,
2. Jadi itu, dari sebelum, apa, sebelum kita, ee, produksi. produksi, iya, semua, semua bagian dan semua aspek itu sudah dimemastikan. Pertama itu, di pertanyaan yang akan digunakan. Terus, keduanya adalah, kita melakukan, ee, apa, test cam atau, latihan apa, latihan, tappingnya. Tappingnya. Tappingnya. Bagaimana nanti, pas besok hari aja, pas besok hari aja, misalnya, atau pas besok produksi, tinggal dieksekusi aja, gitu. Dengan begitupun, begitupun aspek blocking-blockingnya. Misal, kalau si, apa, misal, ee, dengan pertanyaannya seperti ini, apakah lebih better menggunakan, menggunakan, apa, menggunakan track in atau track out atau gimana, gitu. Karena sebelumnya sudah dipastikan. Lalu, setelah itu juga, setelah itu juga, kita sudah, apa, ee, kita sudah memastikan juga bahwa dari, dari narasumber tersebut, hal-hal yang tidak, apa, tidak boleh disebutkan. Dan, jadi, ee, sebelum produksi, emang semua disiapkan. Cuman, apa, lebih tepatnya tuh,

oh, semua prepare, tapi setidaknya kita prepare lagi, gitu. Biar nanti, kalau semisal, semisal ada yang miss atau apa, kita tinggal di titik lagi, gitu.

3. Nah, kebetulan itu, untuk batch 5 itu yang cukup menarik itu, ee, makanya, ee, makanya itu kita, sebelum apa, sebelum hari H, kita ada latihan tapping sama, apa, sama penentuan untuk, untuk pertanyaannya karena, karena, ee, karena kita memastikan blog yang di sini bahwa nanti kalau besok kita pas masuk, pas keproduksi, nanti si animasinya dan si animasinya apakah nanti cocok atau tidak, gitu. Dan, dan, apa, dan dari, dan, ee, dari hari H itu sudah di, sudah dipastikan. Oke. Dan, sama, sama, sama saya dan dari teman-teman, ee, produksi tersebut juga misal kalau dari pertanyaan ini atau di segmen ini apakah lebih baik track-in, track-out atau, ee, buat moving kameranya track-in atau track-out aja atau gimana, gitu. Lalu, kalau untuk apa, untuk, ee, covernya dan segala macam begitu pun sama. Jadi, sedi, sebisa mungkin, kayak, ibaratnya kayak esensi pendekatannya itu nggak kepecah, gitu. Oke. Dan, ee, dan, apa, tujuannya si animasinya ini itu hanya untuk pemanis. Jadi, nanti ketika si pemerintah menonton, ee, akan menonton si episode tersebut yaitu bisnis dan hobi, mereka merasakan, oh, ada fun, esensi fun dan pendekatannya. Iya. Lalu juga, lalu juga, oh, ada pemanisnya karena pemanisnya itu nggak apa-apa, ya, biasa, ya, biasa aja kayak talkshow, ya. Kalau talkshow biasa, pada biasa itu kayak ngobrol terus tapi nggak ada pemanisnya. Nah, itu tujuannya si animasi ini. Iya. Biar nanti, biar nanti kerasa kayak, oh, jadi kayak lebih semangat nonton lagi untuk, karena suasananya sudah dibangun lagi. Iya. Baik.
4. Kalau untuk tantangannya itu ada satu, eh, sorry, lebih tepatnya dua. Pertama itu, teliti untuk memastikan bahwa semua yang kita inginkan di-shoot di sini, semua yang kita ingin gambarkan di sini, dapat. Terus kedua, kedua, lebih tepatnya itu kompromi. Misal. Karena, misal, apa, di episode tersebutnya. Yang dimana itu kita sempat ada, bukan problem sih, tapi lebih tepatnya itu kita sempat ada, eee, apa, malfungsi soal teknis. Yang dimana itu di segmen tiga, pas kita mau ambil segmentasi games-nya, eee, ada kesalahan dari, apa, kesalahan dari switcher itu yang dimana itu, yang

dimana itu nggak nyambung sama talent-nya. Jadi itu, jadi itu, itu harus di-take beberapa kali. Sampai, oh, sampai dapat rasanya juga. Jadi, meskipun, meskipun, mungkin ya kalau sama pemirsa, pemirsa pada biasa yang belum, belum apa, belum kenal produk situs seperti apa, loh, biasa aja gitu. Tapi, tapi karena, apa, karena kita di sini tuh sudah, sudah melihat bahwa, oke, ini besok akan ditayang, sedikit, sebisa mungkin, sebisa mungkin, kalau nggak 100% perfect pun nggak ada masalah. Tapi setidaknya 90% sudah dapat. Oke. Dan nggak ada keagalannya, gitu. Jadi itu sempat di-take yang di, di segmen tersebutnya yang sudah disampaikan, sudah sempat di, apa, sudah sempat di-take beberapa kali. Eee, sudah sempat di-take beberapa kali supaya masih dapat feel-nya, gitu. Makanya harus terlipih, oke, setidaknya ini harus gini, eee, ini harus gini, oke, kalau semisal, semisal tidak bisa, kita kompromi aja, batasin berapa take. Eee, mau nggak mau, eee, kita take, beri antara satu take-nya, mana yang cocoknya, kalau itu cocok, . Dan ini kejadiannya seperti gitu, yu

5. Oke, jadi itu. Eee, jadi itu, apa, gimana ya, eee, dari awal itu memang sudah dipastikan, kayak, bahwa, eee, gimana sih, apa, cara untuk menyampaikan pesan kepada pemirsa itu, kalau mau, apa, hobi itu bisa jadi, apa, bisa jadi, kayak, bisa jadi bisnis juga. Jadi itu, eee, apa, eee, kami itu, apa, dari, dari tim Talkation itu sudah atasin, oke. Sebelum, apa, sebelum kita mau wawancara si Narasambut tersebut, si beliaunya, eee, beliaunya, oke. Eee, mbak, ini pertanyaannya, apakah nanti ada perubahannya atau tidak, kayak yang disebutkan tadi. Jadi itu, emang dari awal kita sudah siapin pertanyaannya itu, disebut mereka yang di mana itu, yang di mana itu, eee, kalau semisal mereka ada input untuk perubahan, nanti akan dirubah lagi. Contoh, misal, kayak, hal-hal yang sensitif, kayak soal, eee, apa, soal pembiayaan dan segala macam, kan gak mungkin akan disampaikan di, apa, sampaikan di broadcast, ya. A Jadi, karena terlalu sensitif. Lalu juga, hal-hal kayak, hal-hal kayak, apa, untuk cara, apa, mendapatkan gambar, esensi gambarnya, esensi gambarnya dengan baik, ya, balik lagi. Jadi itu, eee, sebelumnya, apa, timnya sudah latihan yang di mana itu. Menggunakan

pertanyaan tersebutnya, yang sudah dipakai, yang akan dipakai buat narasumber. Sama juga, nanti pas hari-hari, eee, nanti apakah ada kompromi lagi atau tidak kompromi di sini, dalam artian, yang di pertanyaan, pertanyaan yang di, yang dibuat di sini, eee, ada perubahan lagi atau tidak. Kalau semisal sudah cocok, cocok. Setelah itu, baru kita menuju ke, oke, dari, apa, dari pertanyaan tersebut, apa, bagaimana caranya sih kita bisa mendapatkan gambar yang menarik, yang, yaitu, eee, yaitu, kita akan mau fokus, apa, kita akan fokus semua ke, eee, semua aspek-aspek poin penting dari narasumber. Misal, kalau beliau nya akan menyampaikan soal, soal apa? Soal, eee, eee, soal, apa, soal, eee, kehidupannya dia selama, apa, selama membangun bisnisnya dan segala macam, ya, kita fokusnya di situ. Tapi supaya nanti tidak terasa kayak, tidak terasa kayak, ini terlalu terlalu TEMPLATE banget sih dan baru kita memasukkan aspek-aspek kayak pemanisnya kayak track-in biar penontonnya merasakan Oh jadi tuh ini acara yang santai ini acara walaupun ini acara talkshow acaranya juga santai kita merasakan dekat sama narasumber dan sama hostnya juga gitu

6. Nah sebenarnya itu pas ketika kita mau shoot talkation itu selalu kita ada empat kamera jadi tiganya itu patent fix cover cover semua cuman yang cover ketiganya itu lebih apa lebih mengarah ke apa mengarahkan narasumber dan ke host tersebut jadi kayak istilahnya itu kayak sampingnya gitu terus UNTUK masternya kita menggunakan slider tapi slidernya itu kita buat sendiri yang gimana tuh tujuannya slider yang kita untuk buat masternya yaitu balik lagi jadi tujuannya slider kita tuh buat mengisi kayak pendekatan antara pemirsa dan penonton pemirsa dan narasumber dan host jadi itu ketik ada misal si mba Hastin bilang hal yang seperti gini jadi sebelumnya sebelum beliau nya menyampaikanada pertanyaan yang ingin menanyakan yang lebih dalam lagi jadi sebelum Mbah Hastin menjawabinpertanyaannya kameranya dari apa dari posisi track out sudah track in jadi merasakan kayak oh pertanyaannya sekarang lebih intim karena pertanyaannya lebih intim karena kita harus fokus apa yang disampaikan sama sama Mbah Hastin apalagi dengan fokusnya kamera tersebut juga di

master karena istilah kasarnya sempit Iya tapi sempit dalam artian disini enggak kayak oh sempit banget tapi sempit kayak oh kita merasakan oh sebagai pengirsa kita dekat sama penonton kita dekat sama narasumbernya itu juga ditambahin sama animasi-animasinya jadi ditambah Oke kita sudah dekat ada pemanisnya juga gitu

7. Jadi itu sebelum kita memproduksi kita sudah musyawarat besar kita sudah musyawarat besar bagaimana dalam dalam episode tersebut kita akan menambahkan kembali ke dalam episode tersebut kita akan menambahkan kembali ke kita apa secara gambar dan secara visi dan secara kreatif kita dapatnya kita inginnya ingin inginnya apa aja sih lalu lalu supaya apa supaya musyawarat besarnya itu lebih efektif Oke kita semua apa dari beberapa divisi tersebut misal dari divisi teknis dari divisi dari divisi kreatif dari divisi produser akan menyampaikan ibarat kasurnya tuh kayak apa alatnya alat-alatnya itu adalah alat-alatnya itu adalah alat-alatnya itu adalah alat-alatnya sendiri masing-masing misalkan dari kreatif ini sendiri masing-masing misalkan dari kreatif ini pertanyaannya lalu ini yang apa ingin ingin pertanyaannya lalu ini yang apa ingin ingin akan didapatkan dari narasumber tersebut teknis akan didapatkan dari narasumber tersebut teknis akan didapatkan dari narasumber tersebut teknis akan menyampaikan Oke ini alatnya kita ini akan menyampaikan Oke ini alatnya kita ini akan menyampaikan Oke ini alatnya kita ini apa ini alatnya kita ini blocking kita nanti apa ini alatnya kita ini blocking kita nanti apa ini alatnya kita ini blocking kita nanti dibuat sudah diperhatikan apa yang diinginkan dibuat sudah diperhatikan apa yang diinginkan dibuat sudah diperhatikan apa yang diinginkan sama produsernya gitu waktu itu makanya sama produsernya gitu waktu itu makanya eh mungkin kau disini tuh apa makanya eh mungkin kau disini tuh apa makanya eh mungkin kau disini tuh apa supaya supaya isi visi kreatifnya supaya supaya isi visi kreatifnya mendapat jadi kreatif disini itu harus mendapat jadi kreatif disini itu harus mendapat jadi kreatif disini itu harus oke yang ingin ingin sama produser apa oke yang ingin ingin sama produser

apa oke yang ingin ingin ingin sama produser apa kita apa kita langsung menyampaikan kita kita apa kita langsung menyampaikan kita kita apa kita langsung menyampaikan kita kita bisa kita bisa seperti ini kita bisa kita bisa kita bisa kita bisa seperti ini kita bisa kita bisa seperti ini ini akan bisa seperti ini kita bisa seperti ini ini akan bisa seperti ini kita bisa seperti ini ini akan disampaikan ini yang akan memunculkan disampaikan ini yang akan memunculkan disampaikan ini yang akan memunculkan dalam gambarnya lalu dalam gambarnya lalu dalam gambarnya lalu akan besok hasilnya seperti gini terima kasih akan besok hasilnya seperti gini

8. menurutku yang tertentu itu ada dua menurutku yang tertentu itu ada dua pertama itu di games dan kedua itu di bagian segmen dua narasumber tersebut menyampaikan lebih dalam bisnis dan hobinya. Jadi ada beberapa pertanyaan lebih intim tapi intimnya bukan sensitif banget tapi intinya yang sebenarnya cocok untuk membangun bisnisnya itu lalu dengan pengadeganan bisnisnya kamera yang sudah dibuat .
9. Menurutku sudah cukup berhasil, berhasil dalam artian disini blockingnya dapat narasumbernya dapat apalagi beliau nya juga interaktif banget sebelum kita memulai syutingnya juga sebelum kita mau sebelum kita mau wawancarain beliaujuga kita disaat wawancara sudah Latihan maksimal sehingga penayangan dapat dikatakan berhasil. Dimana blockingan yang digunakan dan visi Kreatif yang digunakan cukup disukai para pemirsa.
10. Jadi tu, kalau insight kususny yaitu sebelum kita menggarap TalkCation ini kita sudah reset acara talkshow itu seperti apa. Contohnya seperti Vindes dan Ini TalkShow yang merupakan talkshow nasional. Oleh karena blokckingan dan visi Kreatif yang di terapkan terinspirasi dari talkshow yang ada di dalam negeri.

### **Informan 3 :**

Raden Albion Ashar (Kameramen 1)

1. “Jadi kami berdiskusi tentang strategi kreatif pengambilan gambar supaya tidak menyerupai dengan pengambilan sebelumnya, nah kontribusi yang kami lakukan adalah dengan menciptakan slider. Slider itu dimanfaatkan sebagai upaya supaya gambar kamera satu itu menjadi lebih dinamis dan lebih lebih berbeda dari sebelumnya. Perbedaan itu tentunya membuat tampilan TalkCation 5.0 ini menjadi lebih fresh dan lebih mudah untuk diterima secara informasi dan secara visual. Selain itu dengan adanya visual yang lebih menarik ini membuat TalkCation ini menjadi lebih laris dalam artian bisa menaikkan rating g dari TalkCation 5.0.
2. “Konsep dan tujuan kami kan adalah membuat TalkCation ini menjadi lebih berbeda, seperti pada tagline nya Talking education for action bahwa TalkCation ini tuh mengambil memberikan gambaran umum tentang eh informasi yang mau disampaikan adalah pembicaraan dengan aksi gitu. Jadi kami memberikan konsep gambar-gambar yang visual yang lebih dinamis ya layaknya pada talkshow talkshow pada umumnya cuman disini kami memberikan elemen-elemen gambar yang seperti moving camera yang membuat gambar-gambar yang lebih berbeda dan moving camera yang saya kendalikan adalah mungkin kamera slider di kamera master. Sehingga dengan adanya kamera Master itu harapannya sebagai operatornya adalah dapat mencerminkan konsep dan tujuan episode ini. Sebagai penggambaran bahwa anak muda itu memiliki sifat yang dinamis dan fleksibel jadi dengan ini memudahkan anak muda untuk menerima informasi maksudnya informasi yang diberikan setiap episode di TalkCation”.
3. “Sebagai kamera 1 mengintegrasikan elemen kreatif itu juga perlu adanya diskusi dengan tim kreatif dengan tim produksi sehingga dengan adanya diskusi itu akan menciptakan narasi-narasi visual atau bahasa-bahasa sinematik yang kami ingin raih . Nah dengan adanya konsep-konsep ini dan integrasi ini maka membuat occasion ini menjadi lebih berbeda dari segi

elemen Kreatif dan apa ya kalau kita ngomong-ngomongin tentang narasi visual yang kuat dan menarik itu kan berarti kan kita ngomongin tentang pemirsa dan dari sini mungkin pendapat saya masih belum bisa objektif kepada pemirsa karena disini saya sebagai crew di kamera 1 sehingga kami beranggapan ini berdasarkan dari riset atau referensi yang telah kami cari dari beberapa referensi bahasa visual pada talkshow dan hasil yang telah kami peroleh adalah rata-rata dari semua talkshow yang kami cari adalah masih sedikit produksi-produksi kecil-kecilan yang memanfaatkan pemanfaatan alat-alat DIY seperti slider itu untuk memaksimalkan narasi visual yang ingin diraih terus.

4. “Selama pengambilan gambar mungkin tantangannya hanya pada teknis dari segi teknis kamera dari segi pengambilan gambar dan tentunya untuk membuat karakter bisnis karakter gambar itu menjadi karakter bisnis itu juga memberikan treatment khusus treatment khusus itu berupa apa berupa gambar-gambar yang lebih lebih stabil seperti bisnis dan hobi dengan adanya stabil itu tapi juga tidak menghilangkan sifat-sifat dinamis, dinamika gambar jadi tantangannya pasti tidak mengarah ke situ tidak mengarah ke hobi dan bisnis tapi tantangannya lebih ke tantangan-tantangan yang berupa teknis seperti kamera yang overheat atau kamera yang kenapa-kenapa untuk seperti proses kreatifnya atau integrasinya itu tidak ada aspek yang bagi saya adalah tantangan yang buat itu adalah sebuah tantangan. Kami selalu membuat setiap episode itu menjadi episode yang berbeda di setiap episodenya”.
5. “ Oke seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya tapi dalam pengambilan gambar ini kan kita membuat bahasa sinematik ya dan membuat bahasa sinematik ini pun kita harus memberikan informasi dalam setiap framing yang kita buat, Nah karena saya yang bertugas untuk membuat framing Master sehingga informasi yang dicapu pun harus informasi-informasi yang penting jadi di ketika disitu kita terdapat bahwa obrolan dari host dan arasumbernya itu lebih penting saya akan menyoroti itu untuk track-in atau kita majukan menjadi lebih close-up gitu sehingga informasi yang diberikan

bisa lebih detail bisa lebih jelas karena penonton akan merasa lebih dekat dengan host dan arasumbernya seperti itu”.

6. “Oke pengambilan gambar untuk mencapai efek visual itu sudah kami diskusikan dengan tim host produksi jadi akan bagaimana framing yang akan kami buat dimana animasi yang akan dimunculkan seperti itu sudah kami diskusikan dari praproduksi sehingga dengan adanya diskusi itu akan memberi saya kaitan atau memberikan saya bantuan untuk mempermudah saya dalam melakukan framing track-in dan track-out.”
7. “ Tentunya ada dari segi produser kami saya berdiskusi untuk pembuatan prototipe slider tersebut untuk biaya pembuatan untuk skala pembuatan dan dampaknya akan seperti apa itu sudah kami diskusikan dengan produser dan kebetulan produser kami menyetujui untuk pembuatan prototipe tersebut dan Alhamdulillahnya prototipe tersebut menjadi mendapat apresiasi dari RB TV dari berbagai pihak tentang membuat kami jadi lebih kita disebut sebagai apa ya ya kreatif begitu berkreatif ini timnya kreatif jadi menurut saya itu diskusi saya dengan produser mengenai kamera 1 terus dengan tim kreatif Ya disitu kami juga diskusi dengan tim kreatif tentang Bagaimana hasil dari slider tersebut Bagaimana hasil dari kayak dari hasil dari pengambilan gambar menggunakan slider tersebut sehingga yang juga memahami bahwa gambar yang dihasilkan lebih dinamis dan tim kreatif setuju dengan adanya perubahan itu yang tadinya kami menggunakan kamera masternya still atau tetap terus tiba-tiba kami menggunakan kamera yang track in dan track out dan berdiskusi dengan tim kreatif dan mereka pun setuju mereka pun oke dengan itu dan mereka juga suka dengan itu”.
8. “ Esensi dari hubungan bisnis dan hobi menurut saya dari momen sih ada ada pasti ada karena apa ya bisnis dan hobi itu kan sesuatu yang secara harfiah ya bisnis itu kan sesuatu yang berkaitan dengan ekonomi ya dan hobi itu kan berkaitan dengan dengan keinginan sebuah seorang individu jadi disini saya sebagai apa ya Sebagai KAMERA operasinya tentunya saya pun juga seperti itu dalam kehidupan saya pribadi pun saya suka dengan mengaplikasikan kamera dengan memanfaatkan kamera untuk SALAH

SATU hobby saya sedang sekaligus jadi bisnis bagi saya karena saya pun juga berbid'ah bergerak di bidang media apa saya pun bergerak di audio visual juga jadi ya saya memanfaatkan proyek ini sebagai kru ini juga salah satu upaya saya untuk meningkatkan diri saya dalam segi bisnis dan hobi dan meningkatkan portfolio saya mungkin begitu”.

9. “oke tentunya kami akan mereset beberapa talkshow yang saat ini sedang laris di pemirsa seperti tonight show terus ya macem-macem dan talkshow-talkshow disitu mengambilkan kamera-kamera dinamis untuk pemirsa dan pemirsa pun laku disitu seperti pada televisi-televisi komersil yang saat ini ada itu rata-rata mereka menggunakan kamera-kamera dinamis nah sebagai langkah awal kami dalam menciptakan kamera dinamis adalah kami menciptakan slider tersebut dan itu menurutku jadi langkah kreatif dan bagiku itu works untuk produksi ini karena kami yakin bahwa sebelumnya talkshow-talkshow yang telah dibuat TalkCation sebelumnya. Kamera dinamis itu hanya berasal dari gimbal atau stabilizer sedangkan kami disini menghasilkan ada dua kamera dinamis yaitu slider dan stabilizer yang membuat memudahkan pemirsa untuk menikmati dan menerima informasi yang disampaikan dari narasumber dan host
10. Insight khusus ya ya bagi saya sih bagi saya dari pengambilan gambar ini saya memperoleh insight bahwa ternyata seperti ini mengoperasikan sebuah kamera yang dinamis seperti menggunakan slider seperti bagaimana cara menggunakan slider yang benar sekali nafas untuk bisa maju dan mundur begitu jadi untuk penelitian di masa men depan mungkin menggunakan slider ini bisa bisa dikembangkan lagi tidak hanya sebuah prototipe tapi menggunakan alat yang lebih proper yang lebih baik untuk talkshow di masa depan terutama talkshow yang berkaitan dengan televisi-televisi lokal seperti RBTV sehingga penonton tidak akan jenuh gitu kita menonton oh ini ada pergerakan kamera oh ini jadi lebih enak untuk dinikmati begitu bagi saya di masa depan jadi produksi acara kecil itu tidak seharusnya kecil tapi memang harus dikenal dan dikembangkan semaksimal mungkin.

## 1. Surat Izin Penelitian

	<b>UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA</b>	<small>PROGRAM MAGISTER: Teknik Informatika PROGRAM SARJANA: Informatika (Teknik Informatika), Sistem Informasi, Teknologi Informasi (Animasi), Teknik Komputer (Rekayasa Komputer), Arsitektur, Perencanaan Wilayah dan Kota, Geografi, Kewirausahaan, Ekonomi, Akuntansi, Ilmu Pemerintahan, Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional PROGRAM DIPLOMA III: Teknik Informatika, Manajemen Informatika</small>
Nomor	: 0001/SIP/FES/AMIKOM/I/2024	
Lampiran	: 1(satu) exp. Proposal	
Perihal	: <b><u>Permohonan Penelitian</u></b>	
<b>Kepada Yth :</b> <b>Pimpinan Reksa Birama TV (RBTV)</b> <b>Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman, Gedung Unit 1 Lt 3, Universitas AMIKOM</b> <b>Yogyakarta</b>		
<b>Dengan Hormat,</b>		
Yang bertanda tangan dibawah ini :		
<b>Nama</b>	: <b>Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom</b>	
<b>Jabatan</b>	: <b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial</b>	
<b>NIK</b>	: <b>190302125</b>	
Menerangkan bahwa :		
<b>Nama Mahasiswa</b>	: <b>Bobi Julius Sihaloho</b>	
<b>NPM</b>	: <b>20.96.2105</b>	
Adalah mahasiswa Program Studi <b>S1-Ilmu Komunikasi</b> pada Universitas Amikom Yogyakarta yang akan menyelesaikan Skripsi.		
Yang bersangkutan mengambil permasalahan dengan judul :		
<b>Analisa Sajian Program Acara TalkCation Episode Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan dari Segi Strategi Kreatif Pengambilan Gambar</b>		
Demikian surat ini kami sampaikan, dengan segala kerendahan hati kami memohon Bapak/Ibu untuk dapat memberikan ijin melaksanakan Penelitian. Atas terkabulnya permohonan ini, kami mengucapkan terima kasih.		
<b>Yogyakarta, 4 Januari 2023</b>		
<b>Hormat Kami,</b>		
<b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial</b>		
		
<b>Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom</b>		
<b>NIK: 190302125</b>		
		
<small>GRAHA AMIKOM: Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Depok, Sleman Telp. (0274) 884201-204, Fax. (0274) 884208 e-mail: amikom@amikom.ac.id www.amikom.ac.id</small>		
<b>Creative Economy Park</b>		

## 2. Surat Balasan dari Objek Penelitian



#### 4. Surat Penunjukan Dosen



UNIVERSITAS  
**AMIKOM**  
YOGYAKARTA

PROGRAM MAGISTER: Teknik Informatika  
PROGRAM SARJANA: Informatika (Teknik Informatika), Sistem Informasi, Teknologi Informasi (Animasi), Teknik Komputer (Rekayasa Komputer), Arsitektur, Perencanaan Wilayah dan Kota, Geografi, Kewirausahaan, Ekonomi, Akuntansi, Ilmu Pemerintahan, Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional  
PROGRAM DIPLOMA III: Teknik Informatika, Manajemen Informatika

Nomor : 046/FES/AMIKOM/I/2024  
Lampiran : 1 (satu) Lembar  
Perihal : **Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi**

**Kepada :**  
**Yth. Bapak/Ibu**  
**Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A**

*Dengan Hormat,*

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta menunjuk Bapak/Ibu sebagai dosen pembimbing dalam penyusunan Skripsi bagi mahasiswa :

**Nama Mahasiswa : Bobi Julius Sihaloho**  
**NPM : 20.96.2105**  
**Semester : Ganjil 2023/2024**

Yang bersangkutan mengambil permasalahan dengan Judul Skripsi :

**Analisa Sajian Program Acara TalkCation Episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan" dari Segi Strategi Kreatif Pengambilan Gambar**

Demikian Surat Penunjukan ini dibuat, agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 31 Januari 2024

**Hormat Kami,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**



**Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom**  
**NIK : 190302125**



UNIVERSITAS  
**AMIKOM**  
YOGYAKARTA

PROGRAM MAGISTER: Teknik Informatika  
PROGRAM SARJANA: Informatika (Teknik Informatika), Sistem Informasi, Teknologi Informasi (Animasi), Teknik Komputer (Rekayasa Komputer), Arsitektur, Perencanaan Wilayah dan Kota, Geografi, Kewirausahaan, Ekonomi, Akuntansi, Ilmu Pemerintahan, Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional  
PROGRAM DIPLOMA III: Teknik Informatika, Manajemen Informatika

Lampiran Surat : 046/FES/AMIKOM/I/2024

Kode Skripsi : FES-0124046

Judul Awal : Analisa Sajian Program Acara TalkCation Episode "Bisnis Jalan Hobi Juga Jalan" dari Segi Strategi Kreatif Pengambilan Gambar

Judul Revisi :  
ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGAMBILAN  
GAMBAR PADA PROGRAM ACARA TALKCATION EPISODE  
"BISNIS JALAN HOBI JUGA JALAN".

Title : *Analysis of the TalkCation Program Episode "Business on the Road, Hobbies Also on the Road" in Terms of Creative Strategies for Cinematography*

New Title :  
ANALYSIS OF CREATIVE PHOTOGRAPHY  
STRATEGIES IN THE TALKCATION PROGRAM EPISODE  
"BUSINESS ON THE ROAD HOBBIES ALSO ON THE ROAD".

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa judul di atas telah disetujui/disahkan, demikian Lembar Pengesahan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Disahkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 2 Februari 2024

Dosen Pembimbing

(Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A)

#### 4. Dokumentasi Wawancara Informan 28 Januari 2024

