

## **BAB I** **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

*Visual* merupakan salah satu komponen kunci dalam komunikasi. Di era media modern penonton seringkali lebih terpengaruh oleh apa yang mereka lihat dibandingkan dengan apa yang mereka dengar. Dalam pembuatan sebuah program televisi, produser tidak hanya perlu memikirkan bintang tamu serta pembahasan yang akan dibahas, produser juga harus memikirkan bagaimana tampilan *visual* dalam sebuah tayangan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton. Produser program televisi harus memikirkan unsur sinematik dan unsur naratif agar sebuah tayangan dapat memaksimalkan potensi dalam penyampaian pesan (Mabruri, 2018)

*Talkshow* adalah sebuah program televisi atau radio dimana seseorang ataupun kelompok berkumpul bersama untuk mendiskusikan berbagai hal topik dengan suasana santai tapi serius, yang dipandu oleh seorang moderator (Lusia, 2006). *Talkshow* pada umumnya membahas isu-isu atau tema tertentu dengan mengundang bintang tamu yang terkait dengan pembahasan. Acara *Talkshow* sendiri bisa dikemas dengan cara berbeda-beda dengan tujuan yang berbeda-beda pula. Oleh karena itu, *talkshow* memiliki beberapa jenis berbeda seperti, *talkshow news*, *talkshow entertainment*, dan *talkshow sponsorship*. Ketiga format program *talkshow* ini memiliki kesamaan yaitu bagaimana merealisasikan debat/ dialog/ diskusi/ percakapan yang menarik untuk bisa disaksikan oleh para penonton dirumah (Prasetyawati & Karmelin, 2022).

*Talkshow* termasuk dalam program non-drama yang didalamnya terjadi proses kreatif secara kompleks guna membangun tujuan dari tayangan tersebut. Jenis format acara non-drama adalah paling banyak dan dominan di televisi (Mabruri, 2018). Latief & Utud (2015) dalam bukunya *Siaran Televisi Non-Drama* menjelaskan, bahwa format program non-drama yang terdiri dari hal-hal realistis dibagi dalam beberapa kategori, diantaranya musik, permainan, *reality show*, *talkshow*, dan pertunjukan. Maka dari pada itu para produser program harus bisa bersaing merancang acara dengan pengemasan menarik dari unsur sinematik dan

unsur naratif sebelum memulai produksi. Sebuah produk karya *audiovisual* akan mampu berjalan lancar sukses karena berangkat dari persiapan produksi (pra produksi) yang mantap (Mabruri, 2018).

*Talkcation* merupakan program *talkshow* yang ditayangkan di stasiun TV lokal bernama RBTV. *Talkcation* menayangkan siaran edukatif setiap hari Rabu pada jam 09.30-10.00 Waktu Indonesia Barat (WIB). Berdasarkan wawancara kepada Alvian Alrasyid Ajibullah, S.Ikom, M.Ikom, selaku kepala koordinator MBKM yang ditemui di Universitas Amikom Yogyakarta pada 11 November 2024 menyatakan, *Talkcation* adalah program acara *talkshow* yang membahas seputar industri kreatif yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan konsep santai namun serius dengan anak muda sebagai target penontonnya. *Talkcation* menyajikan informasi yang kredibel langsung dari narasumbernya dan memberikan sudut pandang baru serta dapat menginspirasi penontonnya (Ajibullah, wawancara, 2024).

*Talkcation* dalam produksinya menggunakan teknik produksi *recording tapping*. Pada dasarnya *recording tapping* memiliki arti dimana suatu tayangan direkam namun tidak secara langsung disiarkan melainkan ditunda beberapa saat untuk dilakukannya serangkaian proses pengeditan untuk dibuat lebih menarik (Efendi, Ningsih, & Sinembela, 2023). Keuntungan menggunakan teknik produksi ini adalah ketika terjadinya kesalahan pada tahap produksi, seperti terjadi kesalahan dari pemeran/tidak sesuai permintaan sutradara, gangguan yang terjadi di lokasi *shooting* seperti suara bising dari kendaraan lewat, gangguan alam seperti hujan, dan alat produksi yang tidak berfungsi dengan baik (Latief & Utud, 2015).

Pada *Batch 6* ini, *Talkcation* memproduksi delapan episode dengan berbagai narasumber. Salah satu episode yang menarik untuk diangkat adalah episode Anggrek Astuti, karena pada saat tahapan pasca-produksinya memiliki tantangan dalam hal *color grading* yang dikarenakan kesalahan teknis pada kamera, yaitu tidak menyesuaikan *white balance* sebelum produksi dimulai, sehingga warna dari *footage* yang dihasilkan condong ke warna hijau dan mempengaruhi warna lain. Kondisi tempat yang dominan hijau ditambah tidak adanya penyesuaian *white balance*, membuat editor pewarnaan atau biasa disebut *colorist* harus bekerja lebih

untuk menyesuaikan *footage* ke warna yang natural terlebih dahulu pada tahap pasca-produksi. Selain itu, produksi yang berpindah tempat secara dinamis juga menyebabkan pencahayaan yang berubah-ubah sehingga perlunya penyesuaian saat tahap pasca-produksi.

Suatu produksi program siaran televisi tentu perlu *standart operational procedure (SOP)* yang sesuai dengan kebutuhan program. Menurut Latief & Utud (2015), secara umum SOP produksi program televisi dikenal dengan tiga tahapan, yaitu praproduksi (*preproduction*), produksi (*production*), dan pasca-produksi (*postproduction*). Tahap praproduksi adalah menentukan ide, pembuatan skenario/naskah, dan survei lokasi, lalu lanjut ketahap pembuatan konten yang disebut produksi, dan tahap yang terakhir adalah pasca-produksi dimana hasil dari produksi akan dikelola menjadi tayangan yang siap dinikmati/disiarkan.

Proses pembuatan *Talkcation* terdiri dari beberapa bagian yang memiliki tugasnya masing-masing, seperti produser, penulis naskah, pembawa acara, kameraman, *audioman*, dan editor. Masing masing bagian ini harus saling terhubung demi menciptakan konten yang sesuai dengan konsep awal. D.W Griffith (dalam Sugihartono & Wibawa, 2019) menjelaskan, salah satu peran penting dalam suatu produksi adalah editor.

Editor berperan penting untuk menciptakan tayangan yang layak untuk ditonton/disiarkan dengan memaksimalkan bahan dari hasil produksi. Editor bertanggung jawab untuk mengorganisir dan menyelesaikan suatu proyek material (video) dan informasi yang telah dihasilkan dari tahapan produksi. (Sugihartono & Wibawa, 2019). *Editing* sendiri terbagi dari 2 bagian yaitu *editing offline* dan *editing online*. Proses *offline* merupakan kegiatan *editing* kasar, dimana seorang editor melakukan pemotongan gambar, menggabungkan dengan gambar lain, namun belum memasukkan efek-efek tertentu, sedangkan *online*, yakni proses menghaluskan gambar dengan memasukkan efek atau musik yang dibutuhkan program tersebut. (Wahyuti, 2015) salah satu efek yang dimaksud adalah *color grading*.

*Color grading* merupakan proses menyesuaikan warna dan keseimbangan *tonal film/tonal balance* untuk mendapatkan tampilan visual tertentu yang khas

(Bonneel, 2013). Dalam proses *color grading* terjadi penyesuaian antara *clip* satu dengan *clip* lainnya sesuai dengan dimensi tempat *clip* tersebut diambil, dan pemberian *mood/ tone* sesuai dengan suasana yang ingin dibangun. *Color grading* pada suatu tayangan bermanfaat untuk membangun *mood/ tone* sehingga dapat mempengaruhi emosi para penonton, pemilihan warna secara tepat akan membantu menyampaikan pesan kepada penonton. Namun tiap-tiap penonton juga dapat mengartikan warna yang mereka lihat berdasarkan latar belakang serta ilmu yang mereka punya. Warna dapat membangun *mood audience* dalam menonton sebuah film dan warna juga memiliki interpretasi tersendiri di dalam sebuah film (Putra & Dani, 2024).

Menurut Hurkman (2011) *colorist* memiliki enam tugas dalam memperbaiki kesalahan yang terjadi, seperti memperbaiki warna dan pencahayaan, membuat elemen kunci tampak tepat, menyeimbangkan pengambilan gambar dalam suatu *scene*, menciptakan gaya, menciptakan kedalaman, mematuhi standar pengendalian kualitas. Hal ini merupakan upaya untuk membuat sebuah tayangan lebih menarik dengan warna sebagai unsur utama. Warna dipercaya bisa memberikan pengaruh pada psikologi, emosi dan juga tindakan manusia. Tidak hanya itu saja, warna juga menjadi bentuk komunikasi non verbal sehingga bisa mengungkapkan pesan secara instan dan lebih bermakna (EPsikologi Digital Education, 2020).

Warna dalam film ataupun program televisi kini seringkali digunakan untuk membangun harmoni dan suasana dalam suatu adegan dengan memperhatikan narasi cerita yang disampaikan, sehingga penonton dapat dipengaruhi secara emosional (Pamegat, Astuti, & Hakim, 2024). Warna adalah unsur penting dalam mendukung penyampaian narasi dalam bentuk visual, maka pemilihan warna dalam suatu tayangan tidak boleh asal karena dapat berpengaruh pada penafsiran penonton. Menurut Paksi (2021) warna juga memiliki falsafah, simbol, dan emosi yang berkaitan dengan penafsiran makna dengan warna tertentu sebagai bentuk dari psikologi warna.

Warna memiliki makna yang berkaitan dengan psikologi komunikasi, karena warna dapat mempengaruhi perilaku manusia. Warna dapat memengaruhi persepsi dan kemudian menjadi proses penilaian terhadap kedekatan logika yang terasosiasi

pada unsur-unsur persamaan pemaknaan. Hal ini sebagai rangsangan daya tarik *visual* untuk meningkatkan hasrat, rasa dan emosi seseorang agar terjadi pembentukan suasana hati atau *mood* (Paksi, 2021). Pemilihan warna yang tepat akan membantu penonton untuk masuk kedalam suatu cerita.

## **1.2 Manfaat penciptaan karya**

### **1.2.1 Manfaat karya secara akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pokok pengembangan wawasan dalam hal penerapan teknik *color grading* pada tayangan televisi lokal yang dapat meningkatkan *product value* terhadap tayangan.

### **1.2.2 Manfaat karya secara praktis**

Penelitian ini diharapkan sebagai acuan dasar untuk pengembangan tayangan *Talkcation* kedepannya terkhususnya dalam hal *color grading*, serta diharapkan penelitian ini menjadi gambaran dasar dalam penerapan teknik *editing online color grading* yang ada di tayangan *Talkcation* pada periode kedepan.