

## **BAB II**

### **TINJAUAN PENGKARYAAN**

#### **2.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Komunikasi Massa merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi pada bagian *Human Communication*. Para Ahli Komunikasi telah mendefinisikan komunikasi massa dalam beberapa pengertian, Menurut *Bitter*, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa kepada audiens yang luas. Pengertian ini menegaskan bahwa komunikasi massa tidak dapat berlangsung tanpa adanya perantara berupa media massa, karena media tersebut menjadi alat utama untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar secara serentak. Dengan kata lain, komunikasi massa mensyaratkan keberadaan media seperti televisi, radio, surat kabar, atau internet agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh publik secara luas dan efektif (Morissan, Wardhani, & U, 2013). *Gerbner* menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan proses produksi dan penyebaran pesan yang berlangsung secara terus-menerus, menggunakan dukungan teknologi serta dikelola oleh institusi atau lembaga tertentu dalam konteks masyarakat industri. Definisi ini menekankan bahwa komunikasi massa menghasilkan produk berupa pesan-pesan komunikasi yang dirancang untuk disampaikan kepada khalayak luas. Pesan-pesan tersebut didistribusikan secara berkelanjutan dan terencana agar dapat menjangkau sebanyak mungkin orang dalam waktu yang tepat dan efisien. Sementara itu, *Meletzke* menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara terbuka dan publik, di mana penyampaian pesannya berlangsung melalui media teknis, seperti televisi, radio, surat kabar, atau internet. Komunikasi ini bersifat tidak langsung artinya komunikator dan komunikan tidak berinteraksi secara tatap muka dan berlangsung secara satu arah, yaitu dari pengirim pesan kepada penerima tanpa adanya umpan balik secara langsung. Definisi ini menyoroti karakteristik utama komunikasi massa, yaitu penggunaan teknologi sebagai perantara, skala jangkauan

yang luas, dan proses penyampaian pesan yang dilakukan secara umum serta tidak personal (Romli, 2016).

Joseph A. DeVito mendefinisikan komunikasi massa dalam dua aspek utama. Pertama, komunikasi massa merujuk pada jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat besar jumlahnya, yang artinya pesan yang disampaikan harus dapat menjangkau banyak orang sekaligus. Kedua, ia menyatakan bahwa komunikasi massa menggunakan media audio dan visual, yaitu media yang mengandalkan unsur suara dan gambar untuk menyampaikan pesan kepada publik. Ini menjelaskan mengapa komunikasi massa sering kali menggunakan media seperti televisi, radio, dan internet yang memungkinkan penyebaran pesan yang lebih efektif dan merata. Sementara itu, Rakhmat menggambarkan komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan kepada kelompok orang yang sangat besar, beragam, dan anonim. Ini berarti audiens yang menjadi penerima pesan tidak dikenal secara pribadi oleh pengirim pesan, serta memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Dengan menggunakan media cetak atau elektronik, pesan yang sama dapat disampaikan dan diterima secara serentak, memungkinkan seluruh audiens untuk menerima informasi dalam waktu yang hampir bersamaan. Pendekatan ini penting karena memungkinkan komunikasi massa menyebar dengan cepat dan melibatkan berbagai segmen masyarakat dalam waktu yang efisien (Ardianto, Komala, & Karimah, 2017).

Dari berbagai definisi komunikasi massa yang disampaikan oleh para ahli komunikasi, kita bisa melihat adanya kesamaan pemahaman yang mengarah pada konsep utama bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa, baik itu media cetak maupun elektronik (Nurudin, 2013). Meskipun ada variasi dalam penjelasan, inti dari komunikasi massa tetap mengacu pada penggunaan media untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam.

Beberapa ciri utama dari komunikasi massa meliputi berbagai aspek yang menunjukkan bagaimana komunikasi ini berlangsung. Pertama, komunikator dalam

komunikasi massa biasanya merupakan lembaga atau institusi, bukan individu, yang memiliki sumber daya dan struktur organisasi untuk mengelola pesan yang akan disampaikan. Kedua, audiensnya bersifat heterogen, artinya penonton atau penerima pesan berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Ketiga, pesan yang disampaikan bersifat umum, yang berarti pesan tersebut dirancang untuk diterima oleh publik secara luas, bukan untuk individu tertentu. Selain itu, komunikasi massa cenderung berlangsung satu arah, dimana pesan mengalir dari pengirim kepada penerima tanpa adanya interaksi langsung yang signifikan. Salah satu karakteristik utama adalah keserempakan, di mana pesan disebarkan pada waktu yang bersamaan kepada banyak orang. Komunikasi massa juga sangat bergantung pada peralatan teknis, seperti alat siaran atau platform digital, untuk mendistribusikan pesan secara efektif. Terakhir, komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper, yaitu pihak yang memiliki kekuasaan untuk menyeleksi, memproduksi, dan menyampaikan pesan kepada khalayak, sehingga media massa memiliki otoritas yang besar dalam menentukan isi pesan yang sampai ke publik. Semua hal ini menjelaskan mengapa media massa berperan sebagai sumber utama yang mengatur dan mempengaruhi komunikasi dalam masyarakat (Baran & Davis, 2010).

Film dapat didefinisikan sebagai karya seni yang memanfaatkan medium audiovisual untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Menurut (Efendy, 1993), film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang memiliki sirkulasi luas dan dapat menjangkau khalayak. Dalam konteks ini, film tidak hanya merefleksikan realitas tetapi juga membentuknya, memberikan dampak yang signifikan terhadap cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu (Efendy, 1993). Saat ini film tidak lagi dianggap sebagai media hiburan semata, Menurut (McQuail, 1991), Film sejak awal diyakini sebagai media massa modern yang dinilai memiliki pengaruh pada khalayaknya, film dapat menyampaikan berbagai informasi dan pesan tertentu seperti isu sosial, budaya, politik atau lingkungan. Tidak hanya itu dalam bidang pendidikan, film juga sering digunakan sebagai media penyampaian informasi serta pembelajaran (McQuail, 1991).

Dalam era digitalisasi seperti sekarang ini komunikasi massa melalui media digital telah mengubah cara kita mengakses dan mengonsumsi film, menjadikannya lebih inklusif dan global. Salah satu dampak paling signifikan dari perkembangan teknologi komunikasi adalah meningkatnya aksesibilitas terhadap film. Dengan adanya platform streaming seperti Netflix dan HBO GO, penonton kini dapat menikmati berbagai jenis film dari seluruh dunia dengan mudah. Hal ini memperluas pilihan bagi penonton dan memungkinkan mereka untuk terpapar pada keanekaragaman budaya. Meskipun ada banyak keuntungan dari komunikasi massa melalui film, ada juga tantangan yang muncul. Misalnya, dengan meningkatnya jumlah konten yang tersedia secara online, kualitas dapat bervariasi secara signifikan. Selain itu, masalah hak cipta dan distribusi ilegal menjadi isu penting dalam industri film saat ini.

Berbagai tema dalam film telah diangkat sebagai sarana untuk menghibur sekaligus menyampaikan pesan kepada penonton. Kombinasi unsur audio dan visual dalam film memiliki daya tarik yang kuat karena mampu menggugah emosi dan mempengaruhi pandangan moral penonton. Melalui medium ini, pembuat film sering kali menyisipkan pesan-pesan yang lebih dalam yang dapat diserap dan dipahami oleh audiens. Pesan-pesan ini, meskipun terkadang tersirat, memiliki tujuan untuk mempengaruhi cara pandang penonton terhadap kehidupan, nilai-nilai, atau isu-isu tertentu. Dengan demikian, film bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga alat komunikasi yang efektif dalam membentuk pemahaman dan perspektif individu terhadap berbagai aspek kehidupan. (Zoebazry, 2010).

Kesimpulannya film berfungsi sebagai media komunikasi massa yang sangat kuat. Dari aksesibilitas hingga pengaruh terhadap tren budaya, peran film dalam masyarakat terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Dengan memahami fungsi-fungsi ini, kita dapat lebih menghargai dampak yang dimiliki film dalam membentuk opini publik serta menyebarkan informasi di seluruh dunia. Film bukan hanya sebuah hiburan; ia adalah alat yang mampu mendidik, menginspirasi, dan mempengaruhi masyarakat secara luas.

## 2.2 Macam-Macam Genre Film

(Widjaya, 2007) menerangkan film awalnya dikenal dengan nama “*bioscope*” yang memiliki arti gambaran hidup. Pertama kali dipertunjukkan di Paris pada tahun 1895 oleh *Auguste dan Louis Lumiere* di *Grand Café, Boulevard des Capucienes* yang di kemudian hari dan seterusnya dikenal dengan sebutan film. Di Indonesia, industri perfilman saat ini mengalami perkembangan yang signifikan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh SMRC pada Desember 2019 di 16 kota besar, ditemukan bahwa 67% kaum muda berusia 15 hingga 38 tahun menonton setidaknya satu film nasional di bioskop dalam setahun terakhir. Bahkan, sekitar 40% dari mereka menonton lebih dari tiga film nasional dalam kurun waktu yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap film nasional semakin tinggi, khususnya di kalangan generasi muda. Menurut *Chand Parwez*, Ketua Umum APFI, industri perfilman Indonesia memang mengalami pertumbuhan pesat sejak tahun 2016. APFI, bersama dengan para pelaku industri perfilman lainnya, berkomitmen untuk terus menghasilkan karya-karya yang sesuai dengan selera penonton dan dapat menarik minat mereka untuk menonton film di bioskop. "Kami berinvestasi dengan terus menghadirkan variasi genre dan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan di bidang usaha, khususnya eksibitor, bidang kreatif, komunitas, dan pendidikan," (Damara, 2020).

### 2.3.1 Film Fiksi Pendek

(Javandalasta, 2011) menjelaskan bahwa film fiksi pendek adalah jenis film dengan durasi singkat, kurang dari 60 menit, yang sering kali dibatasi oleh konsep visualisasi, dana, karakterisasi, dan dialog yang lebih sederhana. Film pendek menjadi pilihan populer di kalangan pembuat film independen karena biaya produksinya yang lebih terjangkau dan kemampuannya memberikan kebebasan ekspresi yang lebih besar. Dengan durasi yang lebih singkat, pembuat film dapat lebih leluasa bereksperimen dengan ide, gaya visual, dan narasi tanpa harus terikat pada anggaran besar atau struktur yang kaku seperti pada film panjang. Karena alasan inilah, film pendek menjadi wadah yang ideal untuk kreator yang ingin mengeksplorasi karya mereka dengan cara yang lebih bebas dan inovatif. Urgensi

dari film pendek terletak pada kemampuannya untuk memberikan peluang bagi pembuat film untuk berekspresi dengan cara yang lebih bebas dan inovatif, tanpa dibebani oleh anggaran besar yang seringkali menjadi kendala dalam pembuatan film panjang. Dengan durasi yang lebih singkat, film pendek memungkinkan pembuat film untuk mengeksplorasi ide-ide baru, teknik sinematografi, dan narasi yang lebih eksperimen. Selain itu, film pendek juga memberikan ruang bagi para pembuat film independen yang sering kali tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk membuat film panjang. Keunggulan lainnya adalah biaya produksinya yang relatif lebih murah, sehingga membuat film pendek menjadi pilihan yang lebih praktis bagi mereka yang ingin menyampaikan pesan atau karya seni tanpa terhambat oleh keterbatasan finansial. Film pendek juga berfungsi sebagai platform yang memperkenalkan ide-ide baru ke dalam dunia perfilman yang lebih luas, baik dalam konteks nasional maupun internasional, memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan industri film secara keseluruhan. Banyak pembuat film melihat film pendek sebagai langkah awal untuk merintis karier mereka sebelum beralih ke produksi film panjang. Hal ini karena film pendek sering kali dianggap sebagai ajang untuk bereksperimen dengan teknik sinematik dan ide-ide kreatif yang lebih bebas, serta sebagai sarana untuk mendapatkan perhatian dalam dunia perfilman. Istilah "film pendek" sendiri mulai dikenal luas sejak tahun 1950-an, dengan pengaruh besar dari perkembangan film di Jerman dan Perancis. Di Jerman, *Manifesto Oberhausen* menjadi tonggak penting yang menginisiasi gerakan film pendek, sementara di Perancis, kelompok *Jean Mitry* turut memainkan peran penting dalam membentuk landasan bagi perkembangan film pendek. Kemudian, muncul festival *Oberhausen Kurzfilmtage*, yang kini dikenal sebagai salah satu festival film pendek tertua dan paling bergengsi di dunia, yang memberikan platform bagi karya-karya film pendek untuk dikenal dan diapresiasi secara internasional. (Cooper & Dancyger, 2005).

Pada dasarnya, film pendek bukanlah sekadar bentuk yang diperkecil atau disederhanakan dari film panjang. Sebaliknya, film pendek memiliki keunikan dan nilai ekspresinya sendiri yang membedakannya dengan film panjang. Film pendek

sering kali dianggap marginal oleh penonton, karena keterbatasan dalam media distribusi dan eksibisi yang tersedia. Film panjang, dengan durasi lebih lama, mendapatkan lebih banyak kesempatan untuk dipromosikan dan diputar di berbagai platform, sedangkan film pendek seringkali terkendala dalam hal distribusi dan pemutaran di tempat-tempat yang memadai. Namun, dalam hal penyampaiannya, film pendek memberikan kebebasan yang lebih besar kepada pembuat film dan penontonnya. Ini memungkinkan film pendek untuk beragam dalam bentuk, genre, dan teknik naratif. Durasi film pendek yang singkat misalnya hanya 60 detik tidak mengurangi potensi film tersebut untuk menyampaikan ide yang kuat dan pesan yang efektif. Yang paling penting adalah bagaimana ide-ide tersebut dikomunikasikan dengan baik melalui media yang tersedia, baik itu visual, audio, atau keduanya, agar bisa memberikan dampak yang maksimal meskipun dalam waktu yang terbatas. Variasi dalam bentuk dan pendekatan film pendek ini, pada gilirannya, memberikan cara pandang baru tentang apa itu film pendek secara umum. Dengan demikian, film pendek memiliki peran yang signifikan dalam memperkaya dunia sinema, baik di Indonesia maupun di tingkat internasional. Film pendek bukan hanya sebagai sarana ekspresi individu, tetapi juga sebagai kontribusi penting terhadap perkembangan industri perfilman secara keseluruhan, dengan memperkenalkan gaya baru, inovasi dalam cerita, serta menjangkau audiens yang lebih luas meskipun melalui media yang lebih terbatas (Cahyono, 2009).

Film pendek Indonesia mulai berkembang pesat sejak adanya pendidikan sinematografi di Institut Kesenian Jakarta (IKJ), yang menjadi salah satu tonggak penting dalam melahirkan generasi pembuat film pendek di Indonesia. Pada era 1970-an, minat terhadap film pendek mulai tumbuh, terutama di kalangan para film enthusiasts, yang secara signifikan mendukung perkembangan industri perfilman Indonesia. Di Jakarta, perhatian terhadap genre ini semakin meningkat, terutama dengan adanya Festival Film Mini yang diadakan setiap tahun mulai 1974 oleh Dewan Kesenian Jakarta. Festival ini hanya menerima karya film dengan format seluloid 8mm, sebuah bentuk pembatasan yang justru menjadi salah satu faktor

yang mendorong para pembuat film untuk lebih kreatif dalam mengemas pesan dan narasi dalam durasi yang terbatas.

Pada tahun 1975, kelompok sinema delapan, yang digagas oleh Johan Teranggi dan Norman Benny, memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan film pendek Indonesia. Kelompok ini bukan hanya berfokus pada pembuatan film, tetapi juga berusaha memperkenalkan ide dan nilai sinematik yang lebih bebas serta eksperimental, yang pada masa itu terbilang baru dan berbeda dari pendekatan sinema mainstream. Hal ini memperkaya khazanah perfilman Indonesia dengan karya-karya yang lebih eksperimental dan berani. Pada tahun 1984, Indonesia mulai menjalin hubungan internasional dengan para pembuat film Eropa, khususnya dengan festival film pendek Oberhausen. Kerja sama ini membuka kesempatan bagi para pembuat film Indonesia untuk menampilkan karya mereka di tingkat internasional, sekaligus memperkenalkan estetika dan gaya sinematik Indonesia ke dunia global. Melalui hubungan ini, film pendek Indonesia memperoleh ruang untuk berkembang dan mendapatkan pengakuan, baik dalam skala lokal maupun internasional. Kontribusi dari hubungan internasional ini juga membantu menciptakan jaringan antara pembuat film Indonesia dan pembuat film luar negeri, yang pada gilirannya semakin memperkaya proses kreatif dan distribusi karya-karya film pendek Indonesia (Cahyono, 2009). Secara keseluruhan, perkembangan film pendek Indonesia menunjukkan bahwa meskipun pada awalnya terbatas oleh faktor anggaran, distribusi, dan eksibisi, film pendek berhasil menciptakan ruang bagi eksplorasi seni yang lebih bebas dan berani. Hubungan dengan dunia internasional dan peningkatan apresiasi dari para film enthusiasts telah membentuk landasan yang kokoh bagi perkembangan film pendek di Indonesia, yang kini menjadi bagian integral dari ekosistem perfilman yang lebih besar.

### 2.3 Peran dan Tugas Pokok Production Designer

Menurut Studio Antelop *Production Designer* adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap penciptaan fisik untuk tampilan dalam sebuah film yang berhubungan dengan Setting, Kustom, Properti, Make Up karakter, dan semua pekerjaan unit. *Production Designer* bekerja sangat dekat dengan sutradara dan sinematografer untuk membentuk dan menciptakan sebuah tampilan film dengan cakupan pekerjaan bersifat konseptual mulai dari tahap *development* sampai pra produksi. Menurut (LoBrutto, 2002). Seorang *production designer* memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan visi cerita sebuah film ke dalam bentuk visual yang nyata. Hal ini disebabkan karena tugas utama seorang *production designer* adalah mengonsep dan mendesain elemen-elemen visual yang ada di layar, mulai dari palet warna, set lokasi, hingga detail arsitektur, untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan periode atau tema yang ingin disampaikan oleh film. Dengan cara ini, *production designer* tidak hanya menciptakan estetika visual, tetapi juga membangun hubungan yang kuat antara elemen-elemen visual tersebut dan narasi yang ingin disampaikan dalam film. Sebagai contoh, jika sebuah film berlatar belakang sejarah, seorang *production designer* harus memperhatikan dengan cermat detail arsitektur, dekorasi, serta elemen kostum dan tata rias yang mencerminkan periode waktu tersebut. Semua elemen ini akan bekerja sama untuk membentuk dunia visual yang mendukung cerita yang ada dalam naskah. Hal ini sangat penting karena elemen-elemen visual ini tidak hanya berfungsi sebagai pengisi latar belakang, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat emosi, tema, dan karakter yang ada dalam film. Selain itu, seorang *production designer* bekerja sama dengan sutradara dan penulis naskah untuk memastikan bahwa desain yang diterapkan bisa merefleksikan sudut pandang dan pesan yang ingin disampaikan oleh film tersebut. Melalui koordinasi dengan bagian kostum, tata rias, dan gaya rambut, *production designer* memastikan bahwa keseluruhan tampilan visual di layar saling mendukung dan saling terkait. Dengan cara ini, semua elemen visual akan bekerja secara harmonis, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan menarik bagi penonton, serta memastikan bahwa setiap detail visual menyampaikan informasi yang relevan untuk perkembangan cerita film tersebut.

Setelah melakukan riset seorang *product designer* akan menciptakan dan merancang sebuah konsep yang nantinya akan berdampak pada design dan kesatuan setting yang memiliki arti. Setelah itu akan dilanjutkan dengan menyusun palet warna yang dimanfaatkan untuk menunjukkan suasana / mood, plot serta karakter itu sendiri. Warna – warna tersebut nantinya dapat digunakan pada karakter atau lingkungan tergantung dengan apa yang ingin mereka sampaikan (Barnwell, 2004). Sebagai satu kesatuan yang membantu terciptanya dalam sebuah film *Product Designer* juga dibantu oleh beberapa divisi pendukung diantaranya;

### **1. Art Director**

Art Director adalah seseorang yang membantu *Production Designer* untuk mewujudkan sebuah konsep untuk memenuhi kebutuhan dari estetika dan detail tekstur set yang sesuai. Art Director bertugas mengawasi langsung kinerja seniman dan pengrajin seperti para designer, seniman grafis, dan ilustrator.

### **2. Asisten Art Director**

Asisten Art director bertugas turun langsung ke lapangan untuk membantu art director, serta merangkap sebagai standby art director untuk memenuhi kebutuhan dari gambar.

### **3. Designer Set**

Di dalam departemen ini terdapat para juru gambar yang biasanya terdiri dari para arsitek yang memahami tentang desain interior.

### **4. Graphic Designer**

Graphic Designer bertugas untuk menggambarkan representasi visual desain untuk mewujudkan konsep grafis yang sudah di buat oleh *Production Designer* seperti majalah, poster, koran, kalender tahun jadul.

## **5. Set Decorator**

Set Decorator terdiri dari beberapa orang yang bertugas mendekorasi sebuah film meliputi perabot dan semua benda yang akan terlihat dalam sebuah film.

## **6. Buyer atau Runner**

Buyer adalah seseorang yang bertugas mencari dan membeli atau menyewa perlengkapan set dress.

## **7. Set Dress**

Set Dress adalah orang yang bertanggung jawab untuk mengatur pernak - pernik perlengkapan set. Set Dress cenderung lebih pada kebutuhan yang mendetail seperti perlengkapan yang terletak di atas sebuah meja.

## **8. Props Master**

Props Master merupakan kepala atau ahli property yang memiliki tugas untuk menemukan dan mengelola semua property yang terlihat di film agar mendapatkan property yang sesuai untuk kebutuhan film.

## **9. Props Builder**

Props Builder adalah ahli pembangunan property yang bertugas membangun property yang dibutuhkan oleh tampilan film.

## **10. Makeup Artist**

MUA merupakan seniman yang bekerja dengan tatanan rambut dan makeup. Di dalam departemen ini kadang terdapat special effect make up yang membuat efek - efek khusus untuk menciptakan karakter bagi actor yang akan muncul di layar.

## 11. Wardrobe

Wardrobe merupakan departemen yang mengatur penampilan serta kustom actor yang akan muncul dalam sebuah film.

### 2.2.1 Mise En Scene

*Mise En Scene* adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan elemen-elemen visual yang ada dalam sebuah frame atau scene dalam sebuah film. Secara harfiah, istilah ini berasal dari bahasa Prancis yang berarti "yang telah dimasukkan ke dalam adegan" atau "yang telah dipersiapkan dalam adegan," yang merujuk pada segala sesuatu yang terlihat di dalam frame film, termasuk objek, pencahayaan, warna, bayangan, posisi dan pergerakan aktor, serta penggunaan set dan properti. *Mise en scène* mencakup semua elemen visual yang bekerja bersama untuk menciptakan atmosfer dan mendukung cerita dalam sebuah film. Konsep *mise en scène* ini sangat penting karena memberikan kontribusi yang besar terhadap cara penonton mengalami cerita, karakter, dan tema dalam film. Beberapa penulis dan kritikus film melihat *mise en scène* sebagai cara untuk menggambarkan keseluruhan elemen visual dalam sebuah shot yang direkam oleh kamera, mulai dari objek yang ditampilkan hingga pergerakan dan pengaturan ruang dalam frame. Dalam perspektif yang lebih luas, *mise en scène* juga bisa mencakup teknik pengaturan visual lainnya seperti pencahayaan, penggunaan warna, komposisi gambar, serta pergerakan kamera, yang semuanya bekerja sama untuk menciptakan makna dan emosi yang mendalam. Pada periode klasik *Hollywood* (1920-1950), kontrol terhadap *mise en scène* ini sepenuhnya ada di tangan sutradara, yang memegang kendali penuh atas pembuatan film. Sutradara pada masa ini bertanggung jawab atas banyak aspek teknis dan kreatif film, termasuk pengarahan para aktor, pengaturan set, pencahayaan, dan keseluruhan desain visual film. Mereka memiliki kontrol artistik yang sangat besar, yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan visi mereka dengan sangat detail. Karena itu, pada masa itu, sutradara menjadi figur yang sangat dominan dalam proses pembuatan film. Dengan kendali yang kuat terhadap semua aspek produksi film, seorang sutradara

dapat memastikan bahwa setiap elemen dalam *mise en scène* mendukung cerita yang ingin mereka sampaikan. Misalnya, dalam sebuah adegan dramatis, sutradara dapat memilih untuk memanipulasi pencahayaan untuk menciptakan bayangan yang dramatis atau menggunakan warna tertentu untuk mengungkapkan emosi karakter. Semua keputusan ini didasarkan pada visi kreatif sutradara yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman penonton dan memperdalam makna cerita. Secara keseluruhan, kemampuan sutradara untuk mengontrol dan merancang *mise en scène* memberi mereka kekuatan untuk mengarahkan film dengan cara yang sangat artistik dan mendalam. Ini juga menjelaskan mengapa pada masa klasik *Hollywood*, sutradara dianggap sebagai pemimpin kreatif utama, karena mereka memiliki kontrol yang hampir absolut atas aspek teknis dan estetika film yang mereka buat, menjadikan film sebagai cerminan visi pribadi mereka (Sikov, 2010).

Menurut Gibbs, menjelaskan bahwa *Mise En Scene* biasanya digunakan untuk merancang gaya visual bagi para pembuat film agar memiliki gaya tersendiri. *Mise En Scene* juga dapat diartikan sebagai bagaimana mereka mengorganisasikan serta mengatur sebuah konten dalam sebuah frame. Konten yang berada dalam *Mise En Scene* meliputi *setting, property, actor, costum, lighting* dan lain – lain. Dalam mengorganisasikan konten – konten tersebut akan mengabungkan semua aspek, seperti bagaimana hubungan aktor tersebut dengan set yang telah dirancang, hubungan aktor dengan kamera dan pandangan penonton mengenai akting serta film itu sendiri (Gibbs, 2002).

Menurut Cahyaningrum dalam bukunya *Drama Sejarah, Teori dan Penerapannya*, *mise en scène* bukan hanya sekadar elemen visual dalam sebuah film, tetapi juga merupakan proses rekonstruksi makna yang muncul melalui penerimaan penonton terhadap elemen-elemen artistik yang ditampilkan dalam film. Dalam hal ini, *mise en scène* dapat dipahami sebagai cara untuk menginterpretasikan struktur yang dibentuk oleh berbagai komponen artistik yang ada dalam pertunjukan, yang meliputi beberapa aspek penting. Pertama, *setting* atau latar tempat di mana adegan berlangsung, baik di dalam ruangan (*indoor*) maupun di luar ruangan (*outdoor*), memiliki tujuan untuk memberi penonton pemahaman

mengenai lokasi dan waktu dalam cerita yang disesuaikan dengan naskah. Setting ini memberikan konteks penting bagi penonton untuk menghubungkan kejadian-kejadian dalam film dengan ruang dan waktu tertentu, yang memperkaya pemahaman cerita. Kedua, properti dalam *mise en scène* mencakup benda-benda yang melekat pada aktor atau objek yang ada dalam latar tempat film tersebut. Properti dapat berupa barang-barang yang digunakan oleh karakter, seperti senjata, alat, atau benda sehari-hari, yang juga dapat memberi informasi tentang karakter atau keadaan dalam cerita. Ketiga, makeup dan kostum adalah elemen penting yang digunakan untuk memperkuat karakterisasi aktor dalam film. Kostum dan makeup tidak hanya berfungsi sebagai penampilan fisik karakter, tetapi juga untuk menyampaikan aspek-aspek psikologis dan emosional karakter tersebut, serta mendukung perjalanan alur cerita sesuai dengan narasi yang ada dalam naskah. Kostum dan makeup berperan dalam membantu penonton memahami karakter lebih dalam. Keempat, pencahayaan memainkan peran yang sangat penting dalam mengatur suasana hati atau mood dari sebuah adegan. Pencahayaan digunakan untuk menonjolkan elemen visual tertentu dalam adegan, baik itu untuk menyoroti karakter utama atau menciptakan atmosfer yang mendalam. Pencahayaan yang tepat dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara atau naskah film, seperti menciptakan kesan dramatis, misterius, atau menegangkan. Secara keseluruhan, elemen-elemen *mise en scène* tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi visual, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan informasi lebih dalam tentang karakter, alur cerita, dan suasana hati yang ingin disampaikan oleh pembuat film. Dengan menggabungkan berbagai elemen ini, *mise en scène* menjadi sebuah teknik penting dalam pembuatan film yang memungkinkan penonton untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan emosional terhadap cerita yang disajikan (Cahyaningrum, 2012).

## **2.4 Proses Produksi**

Dalam sebuah produksi film Production Designer memiliki peran yang penting terutama pada saat pra produksi dan produksi berlangsung, Production Designer bersama dengan departement lain menganalisa serta merancang berbagai keperluan produksi, agar produksi film dapat berlangsung dengan baik. Pada tahap Pasca Produksi production designer tidak memiliki peran pada finalisasi produksi.

### **1. Pra Produksi**

Pra produksi adalah tahap awal yang berfokus pada persiapan seluruh aspek produksi film sebelum proses pengambilan gambar dimulai. Ini adalah fase di mana semua rencana disusun secara detail agar pelaksanaan film berjalan lancar, Production designer bersama dengan Sutradara, DOP, Produser, beserta tim lainnya berkoordinasi untuk menyiapkan ide dasar dari pembuatan film, khususnya dalam ide design produksi. Seperti, Pengembangan naskah atau storyboard Naskah menjadi fondasi utama yang dianalisis secara mendalam untuk menjabarkan elemen cerita. Dari sini, storyboard dibuat untuk memvisualisasikan adegan secara rinci sekaligus membuat shot list agar memudahkan penyusunan pengambilan gambar. Lalu di lanjutkan dengan Location scouting dan recce Kunjungan ke lokasi dilakukan untuk memastikan tempat syuting tepat secara artistik dan teknis. Dalam recce, Production Designer bersama sutradara, penata kamera, dan manajer lokasi menyesuaikan tata letak set (layout), memperkirakan sudut pengambilan gambar, dan mempertimbangkan gangguan lingkungan seperti suara atau pencahayaan alami. Selain itu production designer juga mempersiapkan Fitting dan makeup test agar wardrobe dan makeup bisa disesuaikan dengan karakter dan estetika visual yang sudah dirancang sejak awal. Production Designer bekerja sama dengan penata busana dan makeup artist agar pemilihan warna dan desain pakaian sinkron dengan keseluruhan visual film.

Pada tahap ini penulis sebagai production designer melakukan hal sebagai berikut :

- Melakukan analisis naskah untuk menentukan elemen visual (setting, properti, wardrobe) yang mendukung cerita secara estetis dan fungsional.
- Membuat konsep desain produksi, termasuk sketsa set dan layout yang akan dijadikan panduan bagi tim art director, dekorator set, dan wardrobe.
- Berpartisipasi aktif dalam recce lokasi untuk memastikan kesesuaian estetika dan logistik produksi.
- Berkoordinasi intensif dengan sutradara, penata kamera, dan departemen lain dalam menentukan palet warna, mood visual, dan penggunaan properti.
- Mengatur proses fitting dan makeup test untuk memastikan karakter visual sesuai harapan estetika dan cerita.

## **2. Produksi**

Tahap produksi adalah fase pelaksanaan inti di mana pengambilan gambar berlangsung sesuai dengan rancangan yang sudah dirancang pada pra produksi. Produksi menjadi momen aktualisasi semua persiapan agar visual dan narasi film terwujud secara optimal. Pada tahap ini, Production Designer memberi arahan terkait posisi dan kondisi set, penempatan properti, serta memastikan setiap detail mendukung storytelling secara visual, bersama dengan tim artisty production designer juga melakukan Pengelolaan serta pemeliharaan set, Mengawasi apakah tata letak, dekorasi, dan properti tetap sesuai dengan desain yang sudah dirancang. Segala perubahan mendadak di lapangan harus dikelola agar tidak mengubah kontinuitas dan estetika visual film. Selama pengambilan gambar Production Designer diuntut untuk selalu hadir di lokasi syuting bersama dengan sutradara dan kru lain, memastikan bahwa elemen visual berjalan sesuai rencana. Production designer harus selalu berkoordinasi dengan departemen lain secara real-time. Selama proses produksi berlangsung, melalui komunikasi dengan kepala departemen kamera, suara, wardrobe, sangat penting agar tidak ada elemen visual yang terlewatkan atau justru mengganggu proses pengambilan gambar.

## **2.5 Sifat-Sifat Pesan Komunikasi**

Dalam pembuatan film, fungsi sifat-sifat pesan komunikasi sangat penting, terutama pada departemen Production Designer, yang bertugas menerjemahkan visi sutradara ke dalam visual yang nyata.

### **1. Komunikasi Visual**

Komunikasi visual adalah proses penyampaian informasi atau pesan melalui media yang bisa dilihat dan dipahami oleh indra penglihatan, seperti gambar, warna, simbol, tipografi, dan desain grafis. Para ahli seperti Martin Lester menyatakan bahwa komunikasi visual adalah segala bentuk pesan yang menstimulasi indera penglihatan bagi orang yang menyaksikannya. Sedangkan Meggs dan Purvis menekankan bahwa desain komunikasi visual memanfaatkan elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan fotografi untuk menciptakan komunikasi yang estetik dan efektif.

Dalam sebuah film, komunikasi visual sangat penting karena media film adalah komunikasi visual dinamis yang menggunakan gambar bergerak, warna, setting, dan tata artistik untuk menyampaikan cerita dan emosi tanpa bergantung hanya pada dialog. Salah satu contoh konkrit penerapan komunikasi visual dalam film adalah melalui jobdesk production designer. Tugas utama production designer adalah merancang dan mengatur semua elemen visual dalam film, seperti set, props, dan wardrobe, untuk menciptakan dunia visual yang mendukung narasi dan karakter. Mereka memilih warna, tekstur, dan gaya yang mampu memengaruhi persepsi penonton serta membangun atmosfer dan konteks cerita secara visual, sehingga menjadikan film lebih komunikatif dan menarik.

Salah satu teori yang dapat digunakan production designer untuk mendukung komunikasi visual adalah teori komunikasi semiotika. Teori komunikasi semiotika adalah komunikasi yang menggunakan sistem tanda (signs) sebagai media utama penyampaian makna, di mana tanda-tanda tersebut dapat

berupa kata, gambar, simbol, gestur, atau benda yang menggantikan makna tertentu dalam interaksi komunikasi. Semiotika sendiri adalah ilmu yang mempelajari tanda dan maknanya dalam berbagai konteks, termasuk komunikasi visual dan media seperti film. Dalam pembuatan sebuah film, semiotika berfungsi untuk mengkonstruksi makna melalui unsur-unsur visual, suara, teks, dan tata artistik, termasuk wardrobe (pakaian). Wardrobe berperan sebagai tanda visual yang memberi informasi kontekstual mengenai karakter, latar, dan narasi tanpa perlu dialog langsung. Misalnya, pakaian yang dikenakan karakter dapat menandakan kelas sosial, kepribadian, atau perubahan emosi yang mendalam pada karakter tersebut, sehingga memperkaya interpretasi penonton terhadap cerita.

Dalam pembuatan film fiksi pendek, wardrobe atau busana berfungsi sebagai sistem tanda visual yang menyampaikan makna lebih dari sekadar penampilan fisik karakter. Roland Barthes dalam teorinya tentang semiotika fashion menjelaskan bahwa busana adalah “sistem tanda” yang bekerja melalui dua tahap signifikasi: denotasi (makna literal busana) dan konotasi (makna asosiasi budaya dan ideologis) yang kemudian membentuk mitos sosial dalam narasi asosiasi/kultural). Pendekatan Barthes ini membantu pembuat film memahami wardrobe sebagai pesan simbolik berlapis yang mengandung makna denotatif, konotatif, dan mitos, sehingga wardrobe menjadi alat efektif untuk membangun atmosfer dan menggali kedalaman cerita secara visual. Dengan kata lain, wardrobe dalam film pendek berperan sebagai “bahasa tubuh visual” yang memperkuat narasi melalui kode-kode semiotik ala Barthes.

## **2. Komunikasi Non-Verbal**

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan melainkan melalui berbagai isyarat atau simbol yang bersifat visual, auditori, maupun fisik. Istilah “bahasa diam” memang sering digunakan untuk menggambarkan komunikasi ini karena dapat menyampaikan makna dan emosi secara langsung lewat ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, postur, intonasi suara, dan unsur-unsur visual lain yang memperkuat atau

bahkan menggantikan komunikasi verbal. Dalam konteks produksi film, terutama pada departemen production designer, komunikasi nonverbal berperan sangat penting. Production Designer menggunakan komunikasi nonverbal dalam bentuk visual untuk mendukung jalan cerita dan memperkuat pesan film melalui elemen-elemen yang dirancang dengan detail sejak pra produksi. Misalnya, penggunaan wardrobe (kostum) tertentu dan penempatan properti (props) yang tidak hanya sekadar pelengkap, melainkan membawa makna simbolis dan emosional tersendiri yang mendalam. Menurut Naufal Ziddan Pratama dalam studinya tentang film animasi Nussa: The Movie, komunikasi nonverbal dalam film menggunakan berbagai cara seperti ekspresi wajah menunjukkan emosi seperti bahagia, sedih, marah, dan takut; postur tubuh yang mengisyaratkan semangat atau keputusasaan; gerakan tangan sebagai tanda “siap” atau perintah; bahkan zona ruang yang memperlihatkan kedekatan atau jarak antar tokoh. Elemen-elemen ini memberikan petunjuk emosional dan psikologis tanpa dialog verbal sekalipun.

Dalam film, wardrobe yang dirancang oleh Production Designer bisa menjadi alat komunikasi nonverbal yang kuat, misalnya warna dan gaya pakaian yang memberikan gambaran karakteristik pribadi tokoh, status sosial, maupun perubahan emosional yang dialami. Begitu juga dengan properti yang ditempatkan di latar belakang atau dalam adegan tertentu, yang dapat melambangkan tema, konflik, atau sejarah yang tidak dijelaskan secara langsung lewat dialog. Selain itu, komunikasi nonverbal juga menyangkut aspek sinematik lain seperti tata letak set dan pengaturan ruang (proxemics), pencahayaan, warna, tekstur, dan elemen visual lainnya yang menciptakan suasana (mood) dan atmosfer yang memperkuat storytelling. Production Designer berperan dalam mengatur komponen ini sehingga mampu menyampaikan pesan emosional dan naratif secara tersirat kepada penonton, memperkaya pengalaman sinematik yang tidak hanya mengandalkan kata-kata. Keterampilan memanfaatkan komunikasi nonverbal ini penting agar film dapat mengekspresikan makna yang kompleks secara visual dan intuitif. Seperti dalam film A Quiet Place yang menggunakan bahasa isyarat sebagai bentuk

komunikasi utama karakter, menunjukkan betapa komunikasi nonverbal dapat menjadi alat penting dalam menyampaikan cerita dan hubungan antar tokoh tanpa bergantung pada dialog verbal.

## 2.6 “5 Min 1”

Bercerita tentang seorang anak yang tidak puas atau merasa kurang bahagia dengan kehidupannya karena kurangnya perhatian orang tua di dalam hal menyediakan waktu untuk keluarga. Hingga pada akhirnya si anak memutuskan untuk menjalani kehidupan yang dia rasa lebih baik dari kehidupan dia sebelumnya dengan cara keluar dari rumah dan menjadi seorang anak punk. Di dalam perjalanannya dia bertemu dengan banyak orang tidak terkecuali dengan anak punk lain, dia bertemu dengan seorang anak punk yang memiliki kebijaksanaan dan mampu mengajarnya tentang seberapa penting kita untuk menghargai sebuah waktu. Film ini juga mengajarkan tentang arti sebuah pertemanan, penguasaan diri, dan juga filosofi - filosofi kehidupan salah satunya adalah filosofi jawa tentang sebuah makna “Lima Jari” yang mana tiap jarinya memiliki makna tersendiri yang mana tiap jarinya memiliki makna tersendiri diantaranya; (1) Kelingking, kita tidak boleh terlalu ikut campur dengan kehidupan manusia lainya. (2) Manis, tidak bermuka dua atau pandai berbohong dan menjadi orang yang munafik. (3) Tengah, jangan merasa lebih unggul / pintar dari orang lain. (4) Telunjuk, kita harus mampu untuk menjadi contoh baik bagi orang lain. (5) Ibu jari, adalah tahapan terakhir ketika kita mampu menguasai semua makna tersebut dan menggunakannya di kehidupan sehari - hari sehingga menjadi manusia yang lebih baik.