

BAB III

KONSEP KARYA

A. Konsep Naratif

1. Deskripsi Karya

- a. Judul : *Take The Reins*
- b. Kategori : Film Fiksi Pendek
- c. Tema : Sosial Keluarga
- d. Genre : Drama
- e. Durasi : 24 Menit
- f. Bahasa Primer : Bahasa Indonesia
- g. Bahasa *Subtitle* : Bahasa Inggris
- h. Target Penonton : Mahasiswa, Penonton Festival, Umum
- i. Usia : Remaja (17+)
- j. *Gender* : Laki-laki dan Perempuan
- k. *SES* : B-C
- l. Format/Codec : MP4
- m. *Frame Size* : 3840 x 2160 (4k)
- n. *Aspect Ratio* : 16:9
- o. Total *Bitrate* : 13000 Kbps
- p. *Frame Rate* : 24 Fps
- q. *Sample Rate* : 48000 Khz
- r. *Bit Depth* : 32 Bit
- s. *Bit Rate* : 6200 kbps

2. Judul

“*Take The Reins*” diambil dari idiom bahasa Inggris yang memiliki arti sebagai pengambil alih kendali atau kontrol atas suatu hal, biasanya berhubungan dengan kepemimpinan. Frasa tersebut berasal dari dunia berkuda yakni “*Reins*” berarti kendali kuda. Judul tersebut berkesinambungan dengan cerita, yaitu seorang bapak yang memiliki sifat memimpin dan mengatur atas keputusan hidup anaknya di lingkup keluarga.

3. *Film Statement*

Pola asuh otoriter banyak berkembang di masyarakat yang berpeluang dilakukan secara turun temurun. Biasanya terjadi karena beberapa alasan salah satunya harapan dan ekspektasi orang tua khususnya tentang masa depan sang anak, sehingga berdampak negatif bagi keduanya yakni keharmonisan keluarga karena kurangnya komunikasi yang baik. Film ini mengajak penonton untuk ikut serta melihat kondisi keluarga dari pola asuh otoriter serta mengakibatkan kecanggungan orang tua dan anak yang berkembang di masyarakat.

4. *Director Statement*

Pada dasarnya, setiap pola asuh lahir dari niat yang baik dan cinta orang tua pada anaknya, walau cara penyampaiannya berbeda-beda. Namun perbedaan pandangan, ekspektasi dan jalan yang hidup dipilih antara ayah dan anak seringkali menjadi pemicu rusaknya hubungan di dalam keluarga. Padahal perbedaan bukanlah hal yang harus disalahkan melainkan sebuah kesempatan untuk lebih saling memahami.

5. Producer Statement

Tema otoriter memberikan kesempatan bagi penonton untuk merefleksikan nilai-nilai tentang kebebasan, kemandirian, serta perjuangan dalam mencapai keharmonisan dalam keluarga. Oleh karena itu, film dengan tema ini memiliki potensi besar untuk meraih keberhasilan dari segi respons penonton.

6. Premis

Seorang anak laki-laki hidup bersama kakek dan bapaknya yang otoriter, berusaha untuk memberitahu bahwa dirinya memiliki pilihan hidup sendiri. Tetapi hal tersebut tidak disukai sang bapak karena didikannya yang tegas demi kebaikan masa depan dianggap tidak dihargai.

7. Sinopsis

Damar selalu dididik oleh bapaknya yang seorang Pegawai Negeri Sipil dengan pola asuh yang otoriter untuk menjadi orang yang bertanggung jawab terhadap segala hal termasuk masa depan, hingga soal pekerjaan pun selalu diatur agar sukses dan bekerja di bawah pemerintahan. Damar yang lebih dekat dengan kakeknya seorang pensiunan tentara, merasa lelah dengan segala tuntutan berusaha memberanikan diri untuk menolak dan melawan bapaknya. Tetapi keputusan tersebut menjadikan permasalahan di hubungan keluarga mereka, terutama soal pola asuh otoriter yang dilakukan secara turun temurun.

8. *Treatment* Babak

a. Babak Pertama

Perkenalan tokoh mulai dari karakter utama yaitu Damar dengan pekerjaan yang sedang ditekuninya, Teguh sebagai pensiunan tentara dan juga kondisinya yang tidak stabil, hingga pengenalan karakter Hendra yang paling kuat yaitu sebagai PNS. Di babak ini diperlihatkan perbedaan hubungan dari ketiga karakter, Damar yang lebih dekat dan terbuka dengan Teguh, serta lebih canggung dengan Hendra. Otoriter seorang bapak juga diperlihatkan secara bertahap agar menunjukkan keberlangsungan cerita.

b. Babak Kedua

Otoriter yang ditekankan Hendra pada Damar semakin memuncak, Damar yang lelah dengan tekanan khususnya soal pekerjaan memberanikan diri untuk berpendapat karena diberi penyemangat oleh Teguh. Namun cara yang digunakan tidak sesuai strategi dan kondisi, sehingga menyebabkan konflik di keluarga yang membuat masa lalu dibahas bahwa pola asuh yang dijalani Hendra adalah temurun dari sang ayah, Teguh di saat itu.

c. Babak Ketiga

Ketiga karakter merasakan dampak yang terjadi, sehingga saling intropensi diri. Damar menenangkan diri dengan cara keluar rumah, Hendra dan Teguh yang membutuhkan waktu sendiri. Sehingga dari konflik itu lah menyadarkan semua karakter bahwa komunikasi yang menjadi utama, serta keutuhan keluarga sebagai tujuan yang baik.

B. Breakdown Lokasi

Tabel 2. Breakdown lokasi syuting “Take The Reins”

No	Tempat	Total Scene	Referensi	Keterangan
1	Rumah	1		
2	Kamar Damar	4		
3	Ruang Televisi	4		Sewa
4	Ruang Makan	4		
5	Halaman Rumah	2		
6	Jalan	1		Izin Setempat

C. Breakdown Karakter

1. Damar Pratama Wijaya



Gambar 11. Chicco Kurniawan sebagai referensi karakter Damar
(Sumber: <https://shorturl.at/qxRPf>, diunduh pada 12 Januari 2025)

Tabel 3. Breakdown karakterisasi Damar

Fisik	Psikologis	Latar Belakang	Keterangan
25 tahun 167 cm 65 kg	<i>Introvert</i> Sensitif	Anak tunggal di keluarga yang bekerja sebagai <i>freelancer</i> data analisis di antara bapaknya yang seorang PNS dan kakek pensiunan tentara, sehingga Hendra sang bapak otoriter terhadapnya.	Syuting dilakukan dalam rentang waktu 3 hari, <i>fee</i> yang dianggarkan yaitu sebanyak Rp. 700.000/3 hari

2. Hendra Pratama

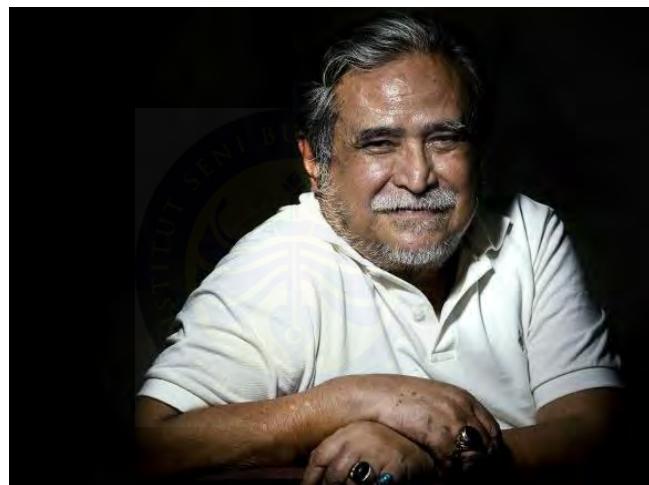


Gambar 12. Referensi karakter Hendra oleh Lukman Sardi
(Sumber: <https://shorturl.at/uXfMQ>, diunduh pada 2 Januari 2025)

Tabel 4. Karakterisasi Hendra sebagai ayah otoriter

Fisik	Psikologis	Latar Belakang	Keterangan
50 tahun 168 cm 65 kg	Tegas Otoriter Kurang Ekspresif	Menerapkan pola asuh otoriter kepada Damar karena dirasa itu pola asuh terbaik dan dilakukan oleh bapaknya dulu, jadi seolah hal tersebut memang benar jika dilakukan	Syuting dilakukan dalam rentang waktu 3 hari, <i>fee</i> yang dianggarkan yaitu sebanyak Rp. 700.000/3 hari

3. Teguh Pratama



Gambar 13. Slamet Rahardjo menjadi referensi karakter Teguh
(Sumber: <https://shorturl.at/TVzzs>, diunduh pada 5 Februari 2025)

Tabel 5. Latar belakang karakter Teguh

Fisik	Psikologis	Latar Belakang	Keterangan
70 tahun 160 cm 60 kg	Dulu otoriter Bijak Pendiam	Memiliki latar belakang seorang militer sehingga sifatnya yang tegas dan keras diterapkan pada Hendra, dan dia pun merasa menyesal karena didikannya berdampak sama pada Damar.	<i>Syuting</i> dilakukan dalam rentang waktu 3 hari, <i>fee</i> yang dianggarkan yaitu sebanyak Rp. 700.000/3 hari

D. Breakdown Schedule

Tabel 6. *Timeline* produksi film bulan Januari

JANUARI						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
-	-	-	1	2	3	4
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
5	6	7	8	9	10	11
					Draft 1	Hunting Crew
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
12	13	14	15	16	17	18
	Hunting Crew		Draft 2	Hunting Crew		Crew Lock SP Crew
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
19	20	21	22	23	24	25
TERMIN 1	Narsum Lock					Draft 3
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
26	27	28	29	30	31	1
				Pendaftaran Proposal		

Tabel 7. Jadwal film bulan Februari

FEBRUARI						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
2	3	4	5	6	7	8
Pendaftaran Proposal						
TERMIN 2	Posting Feeds 1 <i>About PH</i>	Revisi Naskah		Final Draft		
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
9	10	11	12	13	14	15
Pendaftaran Proposal						
Scouting Talent & Location						
					Posting Feeds 2 <i>About Film</i>	
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
16	17	18	19	20	21	22
	Ujian Proposal					
Scouting Talent & Location						
TERMIN 3				PPM 1 <i>All Crew</i>		Posting Feeds 3 <i>BTS PPM 1</i>
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
23	24	25	26	27	28	1
	Talent Lock		Hunting / Survey <i>Location</i>		Location Lock	Puasa

Tabel 8. *Schedule* produksi bulan Maret

MARET						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
2	3	4	5	6	7	8
Puasa		Reading 1 Mou		PPM 2 All Crew		Posting Feeds 4 BTS PPM 2
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
9	10	11	12	13	14	15
TERMIN 4		Recce	Reading 2 Fitting Mu & Wr	Fix Alat & Booking		
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
16	17	18	19	20	21	22
						Posting Feeds 5 BTS PPM 3
	Reading 3		Callsheet Lock	PPM 3 All Crew	Peparation All Department	
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
23	24	25	26	27	28	29
Preparation All Department		Syuting				Posting Feeds 6 All Crew
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
30	31					
	Idul Fitri					

Tabel 9. Jadwal film produksi bulan April

APRIL						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
		1	2	3	4	5
				Posting Feeds 7 Talent & Role		
		Idul Fitri		Editing Offline		
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
6	7	8	9	10	11	12
			Posting Feeds 8 BTS Syuting			
Poster Film						
Editing Offline						Preview 1
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
13	14	15	16	17	18	19
Poster Film						
Editing Online						Preview 2
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
20	21	22	23	24	25	26
	Sidang Progress					
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
27	28	29	30			
Sidang Progress						

Tabel 10. Agenda acara produksi film “*Take The Reins*”

MEI						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
				1	2	3
				Revisi Editing		
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
4	5	6	7	8	9	10
Revisi Editing	Bimbingan After Progress	Pictlock	Delivery Online	Color Grading Draft 1	Draft 1 Poster	Editing Online Start
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
11	12	13	14	15	16	17
Delivery Sound	Editing Sound Start	Delivery Scoring	Editing Scoring Start	Draft 2 Poster		
	Preview Color Grading Draft 1					
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
18	19	20	21	22	23	24
	Posting Feeds (Design Still Foto)		Draft 3 Poster	Trailer Start		
	Preview Color Grading Draft 2		Editing Online Final	Color Grading Final	Bimbingan Progress Editing Online	Editing Sound Final
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
25	26	27	28	29	30	31
Editing Lock	Poster Release / First Look		Trailer Release			

Tabel 11. Kalender bulan Juni kebutuhan produksi film

JUNI						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2	3	4	5	6	7
	<i>Screening Sidang Akhir</i>	<i>Sidang Akhir</i>				
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
8	9	10	11	12	13	14
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
15	16	17	18	19	20	21
<i>Trailer Release</i>		<i>Feeds Invitation 2</i>			<i>Screening Sunan Ambu</i>	
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
22	23	24	25	26	27	28
<i>Screening Sunan Ambu</i>						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
29	30					

E. Breakdown Kebutuhan Produksi

Tabel 12. Breakdown kebutuhan produksi

No	Keterangan	Deskripsi	Jumlah	Hari	Harga	Total
1	Pra-Produksi	Narasumber	2 orang	2 hari	Rp. 20.000	Rp. 40.000
2		Konsumsi PPM 1	35 orang	1 hari	Rp. 25.000	Rp. 25.000
3		Konsumsi PPM 2	35 orang	1 hari	Rp. 25.000	Rp. 25.000
4		Konsumsi PPM 3	35 orang	1 hari	Rp. 25.000	Rp. 25.000
5		Air Mineral	2 dus	-	Rp. 15.000	Rp. 30.000
6		Konsumsi Reading 1	3 orang	1 hari	Rp. 20.000	Rp. 60.000
7		Konsumsi Reading 2	3 orang	1 hari	Rp. 20.000	Rp. 60.000
8		Konsumsi Reading 3	3 orang	1 hari	Rp. 20.000	Rp. 60.000
9		Konsumsi Recce	-	1 hari	Rp. 50.000	Rp. 50.000
10		Bensin Manloc	1 motor	-	Rp. 10.000	Rp. 70.000
11		Kertas	1 rim	-	Rp. 50.000	Rp. 50.000
12	Production Support	Trashbag	1 pack	3 hari	Rp. 20.000	Rp. 20.000
13		Mobil Alat (grandmax)	1 buah	3 hari	Rp. 300.000	Rp. 900.000
14		Mobil Art (kolbak)	1 buah	3 hari	Rp. 250.000	Rp. 750.000
15		Bensin Mobil Alat	1 mobil	3 hari	Rp. 200.000	Rp. 200.000
16		Bensin Mobil Art	1 mobil	3 hari	Rp. 200.000	Rp. 200.000
17		Bensin Runner	1 motor	3 hari	Rp. 50.000	Rp. 50.000
18		Obat-obatan	-	3 hari	Rp. 90.000	Rp. 90.000
19		Cup Gelas	2 pack	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 20.000
20		Tissue	1 pack	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 10.000

21	<i>Equipment</i>	Es Batu	-	3 hari	Rp. 20.000	Rp. 20.000
22		Spidol	1 buah	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 10.000
23		<i>Expendables</i> (lakban, dll)	-	3 hari	Rp. 200.000	Rp. 200.000
24		Contigensi	-	-	-	Rp. 2.000.000
25		Rumah	-	3 hari	Rp. 3.500.000	Rp. 3.500.000
26		Listrik / Bensin Genset	-	3 hari	Rp. 300.000	Rp. 300.000
27		Perizinan Lain	-	-	-	-
28		<i>Talent</i> 1	1 orang	3 hari	Rp. 700.000	Rp. 700.000
29		<i>Talent</i> 2	1 orang	3 hari	Rp. 700.000	Rp. 700.000
30		<i>Talent</i> 3	1 orang	3 hari	Rp. 700.000	Rp. 700.000
31		<i>Transport Talent</i>	-	-	-	-
32		Konsumsi Sahur Kru & <i>Talent</i>	38 orang	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 1.140.000
33		Konsumsi Siang Kru & <i>Talent</i>	30 orang	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 900.000
34		Konsumsi Malam Kru & <i>Talent</i>	38 orang	3 hari	Rp. 10.000	Rp. 1.140.000
35		Snack <i>Talent & Riders</i>	3 orang	3 hari	Rp. 100.000	Rp. 300.000
36		Snack Kru	35 orang	3 hari	Rp. 300.000	Rp. 350.000
37		Air Mineral	5 galon	3 hari	Rp. 5000	Rp. 25.000
38	<i>Equipment</i>	<i>Camera</i>	-	-	-	Rp. 8.000.000
39		<i>Lighting</i>	-	-	-	Rp. 9.000.000
40		<i>Sound</i>	-	-	-	Rp. 2.500.000
41		<i>Continuity</i>	-	-	-	Rp. 1.000.000
42		Artistik	-	-	-	Rp. 1.500.000
32		<i>Make Up</i>	-	-	-	Rp. 200.000

33		<i>Wardrobe</i>	-	-	-	Rp. 200.000
34		<i>Etc... (HT, dll)</i>	-	-	-	Rp. 500.000

F. Breakdown Kebutuhan Pasca Produksi

Tabel 13. Keperluan pasca produksi

No	Keterangan	Deskripsi	Jumlah	Hari	Harga	Total
1	Pasca Produksi	<i>Konsumsi Editor Offline</i>	1 orang	-	Rp. 100.000	Rp. 100.000
2		<i>Konsumsi Editor Online</i>	2 orang	-	Rp. 100.000	Rp. 200.000
3		<i>Scoring Musik (optional)</i>	-	-	Rp. 300.000	Rp. 300.000
4		<i>Hardisk (optional)</i>	-	-	Rp. 800.000	Rp. 800.000

G. Breakdown Kebutuhan Promosi

Tabel 14. Daftar kebutuhan promosi film

No	Keterangan	Deskripsi	Jumlah	Hari	Harga	Total
1	Promosi	<i>Stiker</i>	55 pcs	-	Rp. 500	Rp. 27.500
2		<i>Poster</i>	10 pcs	-	Rp. 2.500	Rp. 25.000
3		<i>X-Banner</i>	1 pcs	-	Rp. 50.000	Rp. 50.000
5		<i>Merchandise</i>	41 pcs	-	Rp. 50.000	Rp. 2.050.000

H. Anggaran Biaya

Anggaran yang diperoleh untuk memproduksi film ini terdapat dari beberapa sumber, diantaranya:

1. Iuran kelompok sebanyak 4 orang
2. Potongan harga sewa *equipment*
3. Potongan harga kerjasama kebutuhan produksi

Tabel 15. Anggaran biaya keseluruhan produksi

No	Keterangan	Harga
1	Pra Produksi	Rp. 495.000
2	Dept. Produksi	Rp. 14.230.000
3	<i>Equipment</i>	Rp. 13.722.500
4	Pasca Produksi	Rp. 1.400.000
5	Promosi	Rp. 2.152.500
	Total Keseluruhan	Rp. 32.000.000

I. Strategi Promosi Film

Promosi film perlu memiliki strategi yang baik sebelum dilakukan, yang didukung dengan perencanaan matang. Produser perlu memahami hal tersebut guna sesuai dengan apa yang direncanakan. Berikut merupakan beberapa strategi yang dikemukakan oleh Finola Kerrigen dalam bukunya yang berjudul Film Marketing:

1. Segmentasi Pasar dan Penargetan Penonton

Dalam memasarkan film, perlu diperhatikan segmentasi pasar yang mencakup berbagai kelompok usia mulai dari remaja hingga dewasa. Maka dari itu film “*Take The Reins*” memiliki segmentasi peruntukan usia dewasa karena pasar masyarakat film didominasi peminat kalangan dewasa. Selain itu juga penargetan audiens yang meliputi pertimbangan minat, visual yang

canggih, hingga klasifikasi usia dan genre.

2. Promosi dan Kampanye Media

Perlu diperhatikan persoalan promosi dan kampanye media setelah dilakukannya analisis pasar. Hal tersebut akan sangat mendukung karena kini khususnya media sosial banyak digunakan di berbagai kalangan, maka dari itu “*Take The Reins*” membuat media sosial khusus bernama *Social Frame* agar bisa melakukan *branding* nama.

3. Strategi Peluncuran dan Distribusi

Dibuatnya jadwal yang tepat dalam peluncuran film bertujuan agar menciptakan antisipasi dan memastikan penonton cukup di awal perilisan, bisa juga dengan sistem reservasi khusus penonton tertentu, serta didukung adanya distribusi yang tepat untuk menunjang strategi promosi film.

4. Pengalaman Audiens

Salah satu keberhasilan dari promosi film yakni pengalaman penonton, film yang diterima menunjukkan keberhasilan promosi, berupa adanya *review online* maupun *offline*. Hal itu dapat dilihat ketika adanya diskusi film, dan juga *feedback* yang diterima di *platform Letterboxd* nanti.

J. Strategi Distribusi Film

Produser menyiapkan langkah atau strategi yang digunakan untuk mencapai target penonton dari berbagai saluran maupun *platform*, tidak hanya itu produser juga memikirkan segala aspek seperti acara khusus, dll. Terlebih lagi yang berhubungan dengan pendistribusian film, yakni sebagai berikut:

1. Waktu Rilis

Terdapat beberapa macam waktu rilis, yaitu rilis serentak, rilis terbatas, dan rilis berdasarkan wilayah geografis. Namun waktu rilis yang memungkinkan untuk diterapkan di film “*Take The Reins*” yaitu rilis terbatas, berarti hanya tayang atau didistribusikan ke beberapa lingkup yang memang sesuai dan terpilih jika adanya alur seleksi.

2. Distribusi Melalui *Platform Screening*

Platform screening sama halnya dengan pendistribusian melalui *OTT*, ini bertujuan agar film tersebar lebih luas dan dapat dijangkau banyak kalangan di berbagai daerah, tidak hanya di dalam kota saja tetapi juga luar kota dan diharapkan bisa dijangkau internasional agar semakin meluas.

3. Rilis Panggung atau *Event Khusus*

Dalam hal ini, film “*Take The Reins*” akan dilibatkan juga dalam acara penayangan film yang terdapat forum diskusinya agar meningkatkan kualitas film dan diberi dukungan dari berbagai kalangan. Kegiatan tersebut juga sebagai ajang pengenalan film pada ruang lingkup kecil sebelum lebih besar.

4. Pengarsipan Film

Terdapat *platform* arsip film yang dapat membantu dalam meningkatkan strategi distribusi, hal ini juga berkaitan dengan keberhasilan promosi, yakni mendapatkan masukan dan rating karena berhubungan dengan pengalaman penonton. Maka dari itu, produser film “*Take The Reins*” mengarsipkan film di *platform* tersebut dengan tujuan distribusi dan usaha dalam mempromosikan film.

Tabel 16. Jadwal promosi dan distribusi

Keterangan	Waktu	Pelaksanaan
Analisis Segmentasi Pasar	Januari 2025	Pra Produksi
Promosi / Kampanye Media	Februari – Juni 2025	Perilisan Poster, <i>Trailer</i> , dan Media Publikasi lain di <i>Instagram</i>
Distribusi	Juni - Seterusnya	Festival Film, Layar Penayangan, dll
Pengarsipan Film	Juni	<i>Letterboxd</i> dan <i>Film Freeway</i>

K. Data Kru Produksi Film

Tabel 17. Data kru yang membantu proses syuting

No	Department	Job	Nama
1	Production Department	<i>Producer</i>	Elsyafira Putri
2		<i>Line Producer</i>	Salma Nurmarthiza
3		<i>Production Assistant</i>	Annisa Nur Alya
4		<i>Manager Location</i>	Ihsan
5		<i>Runner</i>	Hasna
6		<i>Driver</i>	Rafly
7		<i>Social Media Design</i>	Febyan
8	Directing Department	<i>Director</i>	Akmal Dhiya Ulhaq
9		<i>Script Writer</i>	Elsyafira Putri
10		<i>1st Assistant Director</i>	Ido Thekidz
11		<i>2nd Director Assistant</i>	Wildan Fajar
12		<i>Talent Coordinator</i>	Sita Diani
13		<i>Script Continuity</i>	Riza Saefulloh
14		<i>Visual Continuity</i>	Selma Nur Wahyuni
15		<i>Behind The Scene</i>	Rizki Ahmad
16	Camera Department	<i>Director of Photography</i>	Dede Anom Muhammad Arrafi
17		<i>Assistant Camera</i>	Ambon
18		<i>Assistant Camera</i>	Farhans
19		<i>Clapper</i>	Meutya
20		<i>Video Assist</i>	Dara
21		<i>Gaffer</i>	Kevin Alfaridzi

22	<i>Artistic Department</i>	<i>Best Boy</i>	Marick
23		<i>Best Boy</i>	Azhar
24		<i>Best Boy</i>	Farel Fawwaz
25		<i>Production Design</i>	Andika Komeng
26		<i>Art Director</i>	Azis
27		<i>Art Crew</i>	Aufa
28		<i>Art Crew</i>	Duleh
29		<i>Art Crew</i>	Komeng
30		<i>Art Crew</i>	Coco
30		<i>Wardrobe</i>	Nanda
31		<i>Ast. Wardrobe</i>	Widya
32		<i>Make Up</i>	Shasza Putri
33	<i>Sound Department</i>	<i>Sound Director</i>	Faishal
34		<i>Boomer</i>	Danendra
35	<i>Post Production Department</i>	<i>Manager Post Pro</i>	Rifqi Hilman
36		<i>Editor Offline</i>	Shabrina Fajriyah
37		<i>Editor Online</i>	Yoda Jedi
38		<i>DIT</i>	Fathur
39		<i>Sound Designer</i>	Iconic