

**Panduan Kegiatan & Pendaftaran**

**CITRA PARIWARA ke-35  
2022**

**Film Craft Category**

## 14. Film Craft Category

Kategori ini dapat diikuti oleh perusahaan periklanan (yang memproduksi karya itu sendiri) maupun non perusahaan periklanan; seperti griya produksi (*production house*), griya paska produksi (*post production house*), griya rekaman (*recording house*) dan individu yang berdomisili di Indonesia dengan persyaratan khusus bahwa satu materi hanya dapat didaftarkan oleh **satu** perusahaan/individu saja. Bila satu karya iklan yang **sama** dikirimkan oleh biro iklan dan griya produksi, **maka prioritas akan diberikan kepada griya produksi**. Materi yang dapat diikutsertakan adalah hanya yang berupa iklan lepasan. Materi yang telah diikutsertakan pada **Film Category** dan **Digital Category** (sub-kategori 08.03) dapat diikutkan kembali pada kategori ini.

Nomor Kode	Sub-Kategori
<b>14.01</b>	<b>Directing (up to 60 seconds)</b> Bagaimana seorang <i>film director</i> mampu menerjemahkan <i>creative brief</i> yang diberikan sesuai dengan sudut pandangnya dan seberapa baik pencapaian interpretasinya tersebut. Termasuk di dalamnya adalah penggunaan elemen-elemen produksi (seperti: pemilihan pemeran, desain lokasi, desain suara, dan sinematografi) untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan visinya. Sub-kategori ini hanya untuk materi film iklan berdurasi 60 detik ke bawah
<b>14.02</b>	<b>Directing (from 61 – 600 seconds)</b> Bagaimana seorang <i>film director</i> mampu menerjemahkan <i>creative brief</i> yang diberikan sesuai dengan sudut pandangnya dan seberapa baik pencapaian interpretasinya tersebut. Termasuk di dalamnya adalah penggunaan elemen-elemen produksi (seperti: pemilihan pemeran, desain lokasi, desain suara, dan sinematografi) untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan visinya. Sub-kategori ini hanya untuk materi film iklan berdurasi antara 61 – 600 detik
<b>14.03</b>	<b>Art Direction/Production Design</b> Termasuk di sini: pengaturan, desain dan pembuatan set lokasi, serta keseluruhan tampilan, nuansa dan suasana yang ditampilkan. Juri akan mempertimbangkan bagaimana jalan cerita dari film iklan tersebut telah ditingkatkan dengan pengelolaan komponen visual yang artistik
<b>14.04</b>	<b>Cinematography</b> Kualitas dan efek dari sinematografi. Gaya, pemilihan gaya artistik, pemotretan, teknik sinematik, komposisi, pencahayaan dan efek-efek lainnya
<b>14.05</b>	<b>Editing</b> Kualitas dan kreatifitas dalam teknik penyuntingan film. Semua aspek penyuntingan film akan dipertimbangkan; termasuk waktu, kecepatan, dinamika visual, dinamika dialog, integrasi suara dan keseluruhan cerita. Penilaian akan fokus pada tingkat inovasi dan kecermatan dalam penyuntingan dan bagaimana proses penyuntingan tersebut memberikan dampak keberhasilan atas hasil akhirnya
<b>14.06</b>	<b>Use of Audio</b> Termasuk di sini adalah: pembuatan komposisi musik asli, penggunaan rekaman musik berlisensi, penggunaan rekaman musik yang dirubah/diadaptasi, dan pencampuran/pemaduan berbagai macam suara serta efek suara ( <i>sound design</i> ). Penilaian akan difokuskan pada kreativitas penggunaan suara/audio dan kohesivitas hasil pengeditannya dan dampaknya terhadap keseluruhan iklan.
<b>14.07</b>	<b>Animation</b> Penggunaan dan estetika animasi dalam film iklan. Semua jenis animasi, termasuk animasi seluloid, <i>stop-motion</i> , grafis, siluet dan animasi komputer dalam 2D atau 3D
<b>14.08</b>	<b>Visual Effects</b>

	Penciptaan lokasi film dan efek visual lainnya. Aspek yang akan dipertimbangkan mencakup: keunggulan estetika dan teknis dari efek itu sendiri, sekaligus keberhasilan dari integrasinya hingga menjadi karya nyata
--	---

**PERSYARATAN MATERI LOMBA**

- Materi berupa *digital file* yang dikirimkan dengan **mengunggah (upload) file** ke situs Pendaftaran Citra Pariwara 2022 dalam format **MP4** (kompatibel dengan Windows Media Player untuk PC), **encoded dengan codec H.264** dan **bit rate antara 5,000 – 10,000 kbit/s (720p HD), 22-30 fps, dengan ukuran 1.280 x 720 pixel dan maksimal besar dokumen 500MB**. Peserta **wajib** mencantumkan narasi/teks versi bahasa Inggris dalam bentuk *subtitle* di dalam *file* MP4 tersebut. *Subtitle* terjemahan dapat dibuat dalam format statis ataupun bergerak mengikuti dialog. Ukuran *font* wajib terbaca di layar monitor komputer 15". Di bagian awal (maksimal selama 5 detik) peserta dapat memberikan uraian singkat mengenai arti khusus dari suatu permainan kata dan referensi sosial-budaya (tapi tidak diperkenankan memberikan keterangan mengenai strategi dasar iklan)
- Khusus untuk sub-kategori 12.07 dan 12.08:  
Sangat dianjurkan untuk menyertakan informasi pelengkap berupa rekaman video agar juri dapat memahami proses/metode pembuatan animasi dan efek visual dalam iklan tersebut. Untuk kategori 12.07: tambahkan rekaman video **maksimal 1 (satu) menit (satu dokumen)** dengan materi iklannya) yang menjelaskan proses/metode pembuatan animasi. Untuk kategori 12.08: tambahkan rekaman video **maksimal 1 (satu) menit (satu dokumen)** dengan materi iklannya) yang menampilkan materi hasil pengeditan offline, sebelum ditambahkan efek visual agar dapat diperbandingkan dengan hasil akhirnya
- **Tidak diperkenankan** mencantumkan *color bar, counter* ataupun identitas pembuat iklan pada bagian manapun dari materi iklan

**BIAYA PENDAFTARAN**

	<b>Early Bird 19 September s/d 5 Oktober 2022</b>	<b>Normal Period 6 Oktober s/d 3 November 2022</b>
<b>Anggota P3I</b> Iklan Lepas	Rp 1.200.000,-	Rp 1.500.000,-
<b>Non Anggota P3I &amp; Perorangan</b> Iklan Lepas	Rp 2.000.000,-	Rp 2.500.000,-