



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. *Director Of Photography (DOP)*

Menurut Dizazzo (2013) sebagai seorang *director of photography* bertanggung jawab kepada produser atau sutradara pada keseluruhan *visual* yang terlihat pada suatu program, termasuk tata cara penggunaan kamera maupun dari segi pencahayaan. Sebagai seorang *director of photography* yang paling estetik juga harus memahami segala *visual* yang diinginkan oleh seorang sutradara sehingga dapat mencapai tujuan akhir dari pembuatan gambar bergerak tersebut (hlm.23).

Ditambahkan menurut Bowen (2009) seorang *director of photography* adalah seseorang yang bertanggung jawab pada segala yang terlihat pada gambar bergerak yang terekam pada kamera. Seorang *director of photography* juga membantu dalam perancangan *angle*, komposisi, dan pergerakan kamera dengan didesain sedetail mungkin (hlm.193). Ditambahkan menurut Wheeler (2005) pekerjaan utama seorang *director of photography* adalah menciptakan sebuah suasana *visual* pada gambar bergerak yang merupakan hal utama yang harus tercapai dan kendali atas *lighting* (hlm. 3).

Ditambahkan oleh Sweetow (2011) diharapkan dapat menambahkan unsur artistik kepada citraan yang dapat membantu menjaga perhatian dari penonton (hlm. 161).

### **2.1.1. Pre-production**

*Preproduction* menurut Curry (2013) merupakan tahap awal persiapan dalam pembuatan sebuah gambar bergerak yang diperuntukan bagi tiap kru untuk mempersiapkan segala yang dibutuhkan untuk digunakan pada saat produksi (hlm. 59). Menurut Wheeler (2005) pada saat pra produksi awal yang sangat penting untuk dilakukan adalah berdiskusi dengan sutradara hingga mencapai kesepakatan keseluruhan yang terlihat pada *frame* nantinya. Seorang *director of photography* juga bertanggung jawab memastikan dari segala divisi agar setiap persiapan sesuai dengan visual yang ingin dicapai (hlm. 4-5).

### **2.1.2. Production**

Menurut Thompson dan Bowen (2009) pada tahap produksi yang merupakan tahap pengerjaan pada film atau video yang terjadi pada saat sebuah *scene* direkam dalam janga waktu yang singkat (hlm. 216). Menurut Wheeler (2005) pada tahap produksi seorang *director of photography* akan meyakinkan seorang sutradara pada pengaturan kamera dan *shot* yang telah diambil pada tiap *scene*-nya. Hal tersebut diakukan dengan tujuan mendapat nasihat beberapa penambahan *shot* baik dari sutradara maupun dari *editor*. Buruknya suatu *shot* yang diambil sewaktu produksi dapat merusak reputasi dari *director of photography* (hlm. 5).

## **2.2. Corporate video**

Secara garis besar, *corporate video* merupakan salah satu cara memvisualisasikan sebuah iklan menggunakan gambar bergerak dalam waktu yang cukup singkat.

Pada *corporate video* dituntut untuk menjelaskan sebuah informasi yang lengkap dalam waktu yang terbatas. Menurut Dizazzo (2013) *corporate video* merupakan perkembangan dari industri film yang terus berkembang menjadi media digital yang biasa disebut sebagai multimedia yang dapat berbentuk gambar dan suara. Dizazzo juga mengatakan bahwa cara penyampaian *corporate video* tidak pada film maupun kaset video, namun bisa dalam bentuk dokumen digital seperti *CD-ROM*, *Digital Disk Video (DVD)*, dan *World Wide Web* (hlm.4). Ditambahkan menurut Sweetow (2011) *corporate video* merupakan perkembangan dari sebuah film juga yang memiliki sebuah potensi sebagai sebuah industri dengan genre film “sungguhan”.

Demi menciptakan sebuah perkembangan tersebut para perusahaan inovatif mencari pembuat film imajinatif untuk diterapkan kedalam sebuah video pemasaran maupun video pelatihan bagi perusahaan tersebut. Sweetow juga menambahkan bahwa teknologi yang semakin meningkat ditambah harga alat profesional semakin menurun membuat para pembuat film meninvestasikan alat alat tersebut beralih pekerjaan ke dunia korporat (hlm. xvii). Menurut Kriyantono (2008) *corporate video* berisi gambaran umum dari perusahaan. Tidak tergambar secara detail, lengkap, atau juga mendalam namun aspek-aspek penting yang ingin disampaikan oleh perusahaan tersebut. Kriyantono juga menyatakan tujuan dari *corporate video* adalah untuk menciptakan kepuasan publik.

Kepuasan yang diciptakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan tentang aktivitas perusahaan tersebut. (hlm. 219). Wahana Komputer (2008)

menambahkan bahwa *corporate video* keberhasilan dalam memperkenalkan diri sebagai klien merupakan pintu keberhasilan untuk selanjutnya. Pada perusahaan juga dituntut untuk dapat membangun citra dirinya supaya dapat menarik simpati dari klien (hlm. 8). Jadi *corporate video* adalah perkembangan dari film yang bertujuan untuk memperkenalkan industri-industri kepada masyarakat atau konsumen.

### 2.3. *Client Brief*

Menurut Mackay (2005) merupakan bagian informasi terpenting oleh klien dengan *agency*. Komunikasi arahan yang jelas menciptakan titik referensi yang disetujui antara klien dan *agency*. *Brief* tersebut membantu *agency* untuk paham target pasar dari klien, *brand position*, tujuan pasar, masalah yang terjadi pada klien. Melalui arahan tersebut, *agency* berperan untuk memberikan rekomendasi dan juga solusi kreatif dalam permasalahan yang dihadapi oleh klien. Semakin baik arahnya, maka makin baik akurasi pada hasilnya. *Brief* yang baik akan memberikan kejelasan pemikiran dan objektivitas diluar agensi dengan pemahaman tentang apa yang diharapkan. Masalah bisnis harus didefinisikan dengan jelas dan situasi merek dan isu-isu utama (hlm. 85).

Menurut Drewniany dan Jewler (2008) menambahkan bahwa tim kreatif akan menggunakan informasi dari *client brief* sebagai inspirasi dan acuan dalam menciptakan konsep kreatif (hlm. 98). Dalam sebuah *client brief* harus membahas beberapa hal berikut:

1. *Role of Advertising*. Mengapa memerlukan pembuatan iklan, masalah yang dapat diselesaikan oleh iklan, keuntungan yang diperoleh klien, dan keuntungan yang diberikan oleh konsumen.
2. *Target Audience*. Menjelaskan kepada konsumen dengan cara memberikan wawasan tentang bagaimana mereka berpikir dan merasakan merek anda (hlm. 115).

#### 2.4. *Dynamic Shots*

Menurut Menurut Bowen dan Thompson (2009) sekarang ini tidak semua *shot* haruslah *shot* yang statis dan tiap pergerakan harus direncanakan dengan baik. Bahkan juga dirancang untuk menjadi bagian dari keseluruhan karakter dan *mood* dari tiap pergerakan. *Shot* yang statis berarti *shot* yang tidak ada gerakan. Akan tetapi dalam menciptakan gambar bergerak, akan menjadi ide yang baik untuk memasukan lebih banyak gerakan kedalam *shot* pada sebuah adegan (hlm. 113). Beliau menambahkan juga pada penggunaan alat bahwa terdapat masalah yang melekat pada penggunaan *handheld* yaitu kurangnya kontrol secara stabil secara konsisten atas sebuah pergerakan kamera. Oleh sebab itu selalu disarankan untuk menggunakan alat pendukung kamera yang tidak hanya menstabilkan pergerakan kamera, namun juga melakukan pergerakan tersebut secara tepat (hlm. 122).

##### 2.4.1. *Camera in Motion*

Bowen dan Thompson juga berpendapat bahwa sebuah pergerakan kamera secara statis dapat memberikan energi, sehingga dengan memberikan pergerakan kamera

didalam *shot* akan jauh lebih besar. Mengukur jenis dan jumlah gerakan yang tepat adalah salah satu keputusan kreatif dan teknis. Untuk mengetahui hal ini, akan sangat membantu ketika melakukan eksplorasi banyak cara di mana kamera akan bergerak (hlm. 115).

## 2.5. *Camera Movement*

Menggunakan pergerakan kamera dapat memberikan perspektif pada sebuah gambar bergerak. Menurut Bowen (2009) pergerakan kamera yang dimulai pada saat objek memulai pergerakan idealnya harus secara halus dan stabil. Dalam artian *headroom*, arah pandangan mata, dan komposisi harus diperhatikan pada saat kamera memulai pergerakannya (hlm.120). Pergerakan kamera juga diharapkan dapat memimpin subjek pada saat melakukan pergerakan. Menurut Brown (2012) menggerakkan kamera merupakan aspek yang paling mendasar dalam membedakan film dan video dari fotografi, melukis, dan visual seni lainnya.

Melakukan pergerakan pada kamera tidak hanya sekedar berpindah dari *frame* satu ke *frame* lainnya, namun gerakan kamera itu sendiri, gaya visual, pergerakan berulang, ketepatan waktu yang saling berkaitan berkontribusi dalam terhadap suasana. Brown juga mengatakan bahwa sebuah pergerakan kamera harus dapat memberikan motivasi yang salah satunya berasal dari sebuah aksi itu sendiri dengan pergerakan kamera. Dengan adanya kepekaan waktu terhadap subjek dan juga sentuhan halus yang dapat mempercepat sebuah pergerakan pada frame di awal dan akhir. Sebuah pergerakan kamera juga harus memiliki tujuan. Ada

banyak cara untuk menemukan sebuah motivasi pada pergerakan kamera dan dapat digunakan untuk meningkatkan adegan dan menambahkan makna di luar *shot* tersebut.

Memotivasi dan mengatur waktu gerak kamera adalah bagian dari teknik yang tidak terlihat. Teknik yang bertujuan untuk mengalihkan perhatian dari penceritaan (hlm. 209-210). Menurut Ferrara (2001) pergerakan kamera memiliki fungsi-fungsi tertentu yang dapat dijelaskan. Hanya dengan bagaimana ia bergerak, sebuah pergerakan kamera dapat menciptakan *suspense*, *tension*, dan mampu menyampaikan perasaan waktu dan ruang. Melalui pergerakan kamera juga bertujuan menghasilkan “rasa dalam sebuah penciptaan”. Namun yang menjadi tujuan utama dalam sebuah pergerakan kamera adalah Mempertahankan elemen *mise-en-scene* dan mengarahkan perhatian dari audiens (hlm. 8-9).

### **2.5.1. Tracking shot**

*Tracking* menurut Brown (2012) adalah pergerakan yang cukup sederhana dan kebanyakan pergerakan ini mengikuti arah yang sama pada subjek. Biasanya dapat berada di samping, depan, maupun belakang yang dapat memberi penekanan lebih pada latar belakang subjek tersebut (hlm.214). Menurut Thompson (2009) pada dasarnya framing dan komposisi akan berubah pada saat memulai rekaman yang menciptakan gerakan yang lebih alami dibandingkan dengan melakukan *zoom* (hlm. 127). Mascelli (2005) menambahkan bahwa pergerakan kamera yang diciptakan cenderung statis menjaga agar gambar bergerak terlihat halus saat melakukan pergerakan mundur atau maju (hlm.236).



Ditambahkan menurut Ferrara (2001) bahwa *tracking shot* dapat berupa *track* ke depan dan *track* ke belakang.

*Track in* merupakan pergerakan kamera kedepan atau pergerakan kamera mendekati subjek dan fokus kepada perhatian dari penonton. Sedangkan *track out* merupakan pergerakan kamera menjauh dari subjek untuk memperlihatkan *scene* secara lebih luas, mengurangi pentingnya subjek, dan untuk mengikuti subjek tersebut (hlm. 8).

### 2.5.2. *Camera stabilizer shot*

*Camera stabilizer shot* menurut Donati (2008) merupakan penemuan baru di dalam dunia film. Dengan menggunakan *Camera stabilizer shot* dapat menciptakan kebebasan dari penggunaan *handheld*, namun ditambah dengan pergerakan yang lebih halus (hlm.83). Menurut Mercardo (2011) Pergerakan dari *camera stabilizer* harus diperhatikan sehingga jarak antara subjek dapat lebih konstan terutama dalam mengontrol *depth of field* yang sempit. Pergerakan dari *camera stabilizer shot* sering termotivasi melalui pergerakan dari subjek. Pergerakan kamera yang tidak memiliki motivasi di dalamnya dapat membingungkan seperti menjadi *subjective shot* dari pengamat yang tidak terlihat. (hlm.164-165).

### 2.5.3. *Moving establishing shot*

*Moving establishing shot* menurut Bettman (2013) adalah pergerakan yang biasanya diletakkan diawal *scene* untuk mengungkapkan kepada penonton segala

sesuatu yang mereka butuhkan untuk memahami apa yang terjadi berikutnya. Melalui pergerakan ini dapat menceritakan lingkungan atau lokasi yang baru. Bettman juga menjelaskan teori yang diambil dari seorang sutradara bernama Spielberg bahwa penggunaan *establishing moving shot* dapat menciptakan gambar visual yang menarik dan menghibur namun secara intelektual lebih ringan dan terlihat lebih mulus (hlm.17-18).

## **2.6. Shot**

Setiap pembuatan suatu video baik dalam dunia film maupun iklan, *shot* menjadi acuan penting yang dalam membentuk suatu video. *Shot* menurut Thompson & Bowen (2009) merupakan unit terkecil pada informasi visual yang diambil satu kali pada kamera untuk menunjukkan suatu aksi atau suatu momen (hlm. 1). Menurut Brown (2012) *shot* merupakan salah satu landasan dasar yang dapat membangun sebuah film. Kebanyakan dalam sebuah film menceritakan mengenai subjek dan hal tersebut juga berlaku dalam dunia periklanan maupun video musik (hlm.20).

### **2.6.1. Close up**

*Close up shot* menurut Thompson & Bowen (2009) Merupakan *shot* detail pada objek untuk memperlihatkan secara jelas tentang “apa” objek tersebut (hlm.192). Ray Dizzazo menambahkan bahwa *close up shot* memberikan perhatian lebih

kepada aktor untuk memperlihatkan ekspresi wajah (hlm. 64). Dengan menggunakan teknik ini dapat memudahkan bagi penonton untuk melihat segala sesuatu didalam *frame* secara jelas. Ditambahkan oleh Brown (2012) pada umumnya *close up shot* diletakan mulai dari ujung kepala hingga daerah disekitar kantong baju.



Gambar 2.1. *Close up shot*

([https://www.asu.edu/alti/ltlab/tutorials/video/basics/type6\\_cu.htm](https://www.asu.edu/alti/ltlab/tutorials/video/basics/type6_cu.htm))

### 2.6.2. *Medium Shot*

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Menurut Taylor & Francis (2010) menyebutkan bahwa *medium shot* lebih sempit dibandingkan dengan *medium longshot* namun lebih luas dibandingkan dengan *medium close up*. Dengan *shot* ini dapat memperlihatkan gerak tubuh sang karakter. Namun dalam perspektif yang lebih dekat, dapat memperlihatkan emosi dan kebiasaan dari sang karakter (hlm. 47). Ditambahkan menurut Bowen (2009) bahwa *medium shot* juga merupakan jenis *shot* yang mendekati bagaimana kita sebagai manusia. *Shot* ini cenderung memberikan kenyamanan pada penonton karena gambar memiliki pandangan yang terlihat menggunakan pengamatan normal manusia (hlm. 8).



Gambar 2.2. *Medium shot*

([https://www.asu.edu/alti/ltlab/tutorials/video/basics/type4\\_ms.htm](https://www.asu.edu/alti/ltlab/tutorials/video/basics/type4_ms.htm))

### 2.6.3. *Long Shot*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Taylor & Francis (2010) *long shot* yang termasuk pada karakter memberikan proporsi yang cukup besar guna memperlihatkan lingkungan sekitar (hlm. 59). Bowen (2009) menambahkan bahwa *wide shot* juga dapat memperkenalkan siapa karakter tersebut, dimana lokasi karakter tersebut, dan apa yang dilakukan oleh sang karakter (hlm. 10).



Gambar 2.3. *Long shot*

([https://www.asu.edu/alti/itlab/tutorials/video/basics/type2\\_ls.htm](https://www.asu.edu/alti/itlab/tutorials/video/basics/type2_ls.htm))

#### **2.6.4. *Establishing Shot***

*Establishing shot* menurut Dizzazo (2012) pada umumnya digunakan untuk memperlihatkan sebuah lokasi pada awal pembuka suatu *shot* yang cenderung berada di luar ruangan atau disebut eksterior (hlm. 63). Menurut Mercardo (2011) *establish shot* merupakan *shot* yang menunjukkan lokasi tempat suatu kejadian yang biasanya adalah sebuah eksterior. *Establish shot* juga berfungsi sebagai pengungkapan, biasanya karakter yang tiba ditujuan yang tidak dapat dilihat oleh

audiens hingga perspektif yang lebih luas memperlihatkan sebuah lokasi secara keseluruhan (hlm.77)

## **2.7. Camera Stabilizer**

Menurut Algoz dan Hasnain (2018) tujuan dari proses stabilisasi adalah untuk menghilangkan gerakan kamera yang tidak diinginkan dengan menggerakkan motor yang terpisah ke arah yang berlawanan dari gerakan yang tidak diinginkan. Tiga sumbu pada gimbal direpresentasikan sebagai *yaw, pitch and roll* yang saling tegak lurus satu sama lain.

### **2.7.1. Gyro-Based Servo Camera Stabilizer**

Menurut Mizell, Pennock, dan Salih (2014) *Gyro-Based Servo Camera Stabilizer* (GSS), adalah alat yang digunakan dengan cara digenggam dan dirancang untuk menstabilkan posisi vertikal kamera. *Stabilizer servo* berbasis giroskop memiliki motor *servo* yang bergerak di sepanjang sisi atas *frame*. *Stabilizer servo* berbasis giroskop memiliki mikrokontroler yang digunakan untuk *initializing* sudut referensi yang sesuai untuk lengan slider yang digunakan untuk menyeimbangkan perangkat. Ketika perubahan sudut lengan *slider* terdeteksi, motor *servo* dipindahkan, menyebabkan kamera memasang balok untuk bergerak juga. Motor terus bergerak ke arah sampai sudut-sudut lengan *slider* telah disesuaikan ke sudut yang sesuai, menghasilkan stabilisasi kamera (hlm. 12-13).



Gambar 2.4. *Gyro-Based Servo Camera Stabilizer*

<https://www.newsshooter.com/2017/11/13/zhiyun-tech-crane-2-3-axis-handheld-stabilizer-with-integrated-follow-focus/>

### 2.7.2. *Steadicam*

Menurut Thompson dan Bowen (2009) *dolly* memiliki keterbatasan dalam pergerakannya untuk itu dibutuhkan *steadicam* yang ditemukan pada tahun 1976 dan dapat digunakan menggunakan tangan dan badan dengan cara berjalan. *Steadicam* dapat membantu pergerakan yang diciptakan agar lebih halus meskipun dengan menggunakan *handheld* (hlm. 128). Menurut Holway dan Hayball (2013) dengan menggunakan *steadicam* dapat membuat pergerakan kamera sesuai yang diinginkan. *Steadicam* juga dapat mewujudkan gambaran yang sesuai dengan impian (hlm. 2). Secara teknis, menurut Mizell, Pennock, dan Salih (2014) *steadicam* adalah konstruksi yang agak besar yang dimulai dengan pengguna mengenakan rompi yang berguna sebagai baju zirah antara pengguna

dan *steadicam*. Pengaman pada badan atau *harness* kemudian dihubungkan ke armatur pada salah satu ujungnya. Ada gimbal yang digunakan untuk menghubungkan *harness* dengan armatur dan digunakan sebagai titik tumpu untuk menjaga bagian bawah Steadicam, yang sedikit lebih berat dengan bagian atas (hlm. 7).

## **2.8. *Dynamic Camera***

Menurut Rabiger dan Cherrier (2013) *dynamic camera* adalah kamera yang mengubah *frame* dengan menggerakkan ruang kosong pada suatu *scene*. Pergerakan tersebut dapat bergerak ke arah atas, depan, bawah, samping, mundur, atau juga kombinasi dari pergerakan-pergerakan tersebut. Melalui *dynamic camera* memberikan penonton sensasi pergerakan melalui ruang. Hal tersebut dikarenakan adanya pergerakan tubuh yang menghasilkan ide atau perasaan dengan berjalan, berlari, mengikuti, naik, turun, dan mundur. *Dynamic camera* dapat menanamkan sebuah moment dengan energi yang sangat besar, namun hal tersebut harus didukung dengan peralatan yang sangat khusus (hlm. 167).

## **2.9. *Camera angles***

Menurut Mascelli (2005) setiap pengambilan gambar dibutuhkan penempatan kamera dalam posisi terbaik untuk memperlihatkan sebuah objek atau pemain. Penempatan sudut pandang kamera tersebut dapat dicapai dengan menganalisis kebutuhan dalam cerita setiap kali mengatur sebuah kamera (hlm. 11). Thompson dan Bowen (2008) menambahkan pada sudut kamera bahwa penempatan posisi



kamera dan arah pandang sebuah subjek dapat memberikan dampak pada seberapa banyak informasi dan makna yang diserap oleh audiens (hlm.33). Namun menurut Katz (1991) *camera angle* sangat bervariasi seperti mengikuti subjek, mengungkapkan atau menyembunyikan informasi dalam cerita, mengubah sudut pandang, menyediakan variasi grafis atau menciptakan *mood*. Namun para pembuat film maupun gambar bergerak cenderung lebih mementingkan subjek dibandingkan lokasi atau ruang dimana sebuah tindakan terjadi. Dalam bukunya, Katz menuliskan bahwa lokasi juga dapat mendefinisikan subjek tersebut.

Katz juga menyebutkan bahwa analisa secara reduktif yang mengklaim bahwa sudut rendah dapat memberikan efek dominan sedangkan sudut tinggi menempatkan subjek dalam ukuran yang lebih kecil. Namun posisi tersebut berlaku pada situasi-situasi tertentu tergantung pada narasinya (hlm.239).

### ***2.9.1. Objective Camera Angle***

Menurut Mascelli (2005) sudut pandang kamera secara objektif atau dapat disebut sebagai “sudut pandang penonton” yang tidak menyajikan acara dari sudut pandang siapapun. Sudut pandang ini berisi tentang segala kegiatan yang dilakukan secara *candid* atau subjek tidak melihat ke arah kamera karena sudut pandang secara objektif adalah impersonal. Bahkan ketika subjek melihat ke arah kamera, maka pengambilan gambar harus diulang kembali (hlm.14).



Gambar 2.5. *Objective angle*

<https://www.quora.com/What-are-the-different-angles-taken-by-the-cinematographer-while-making-a-film>

### **2.9.2. Subjective Camera Angle**

Menurut Mascelli (2005) sudut pandang subjektif merupakan sudut pandang pribadi. Pada sudut pandang ini penonton berpartisipasi dalam layar sebagai pengalaman pribadi. Subjek yang terletak pada dalam sebuah gambar bergerak juga ikut berpartisipasi dengan melihat kearah sudut pandang kamera. Dalam hal tersebut bertujuan untuk membangun hubungan dari mata ke mata audiens dan subjek didalam gambar bergerak tersebut. Disimpulkan bahwa kamera bertindak sebagai mata penonton untuk menempatkan penonton di tempat kejadian (hlm.14).



Gambar 2.6. *Subjective Angle*

(<https://www.quora.com/What-are-the-different-angles-taken-by-the-cinematographer-while-making-a-film>)

## 2.10. Lensa

Menurut Owens (2016) Pada tiap lensa memiliki dampak pada hasil akhir sebuah gambar yang diciptakan. Setiap *focal length* memiliki jenis distorsinya masing-masing (hlm. 99). Hal tersebut secara tidak langsung mengharuskan pada tiap pengguna lensa mengetahui lensa yang terbaik digunakan pada tiap situasi. Beberapa macam lensa berdasarkan *focal length* , seperti:

1. *Wide lens* : Menurut Brown (2012) *wide lens* merupakan lensa yang digunakan untuk memperlihatkan ruang yang lebih luas. Dengan menggunakan *wide lens* dapat memberikan perspektif penonton yang besar terhadap rasa. Namun semakin lebar lensa akan menciptakan distorsi yang besar pada sebuah objek (hlm. 55). *Wide lens* biasanya memiliki *focal length* lebih kecil dari 18 milimeter. Dengan memanfaatkan *wide lens* dapat memberikan ruang kosong yang dapat diisi dengan beberapa

properti visual lainnya serta memperkenalkan sebuah keadaan sesuai dengan teorinya.



Gambar 2.7. *Wide angle lens*

(<https://www.shutterstock.com/video/clip-13044278-stock-footage-moscow-city-skyscrapers-complex-fast-moving-clouds-are-reflected-on-glass-surface-high-rise.html>)

Owens (2016) menambahkan pada *wide lens* memiliki pandangan fokus yang panjang sehingga dapat mengambil lebih banyak adegan. Subjek didalamnya akan terlihat jauh dan menciptakan kedalaman yang cukup berlebihan, namun cakupan panjang fokus tersebut relative terhadap ukuran sensor pada kamera (hlm. 101).

2. *Prime lens* : Menurut Dizzazo (2012), *prime lens* merupakan lensa yang cenderung memberikan *depth of field* yang lebih sempit. Berguna untuk menghasilkan gambar dengan kualitas yang tinggi pada tempat yang minim cahaya (hlm.162). *Prime lens* memiliki satu *focal length* yang berguna untuk memfokuskan kepada satu objek secara detail dan jelas. Dengan *prime lens* dapat menguntungkan pada beberapa *shot* untuk

mendapatkan bokeh yang sesuai dengan *depth of field*. Lensa yang biasa digunakan pada pembuatan sebuah video seperti lensa dengan *focal length* 24mm, 35mm, 50mm.

### 3. *Zoom Lens*

Menurut Holway dan Haayball (2013) penggunaan lensa zoom sangat sering digunakan pada sebuah *camera stabilizer*. Lensa zoom dapat mempermudah penggunaan untuk mengganti *focal length* bahkan pada *shot* yang sedang berlangsung dan hal tersebut merupakan era yang baru pada pengoperasian (hlm. 201).

