



### **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. Tahap Produksi**

##### **2.1.1. *Pre Production***

Tahap pra produksi adalah tahap dimana ide dikembangkan dan perencanaan yang matang seperti konsep secara keseluruhan, pembuatan *storyboard*, target penonton, biaya, dan hal lainnya yang diperlukan sebelum memasuki tahap produksi. Dalam pembuatan film animasi, tahap ini merupakan masa sebelum tahap pembuatan animasi dimulai.

##### **2.1.2. *Production***

Tahap produksi merupakan tahap dimana film mulai digarap dan rencana rencana mulai direalisasikan. Dalam animasi, tahap ini merupakan tahap dimana animasi mulai dibuat. Sama seperti *stopmotion* yang mulai mengambil gambar satu per satu untuk tiap gerakannya.

##### **2.1.3. *Post Production***

Terakhir adalah tahap *post production*. Tahap ini dimulai ketika proses produksi telah selesai. Dalam animasi, tahap ini dilakukan ketika animasi telah selesai dibuat. Ditahap inilah *compositing*, pemberian efek suara, dan mengedit dilakukan untuk menyelesaikan film tersebut sehingga menjadi sebuah film yang utuh dan siap untuk diperlihatkan kepada penonton.

#### **2.2. *Storyboard***

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, tahap pra-produksi merupakan tahap dimana perencanaan hal – hal yang dibutuhkan saat produksi dilaksanakan. Dalam

film tentu saja cerita merupakan inti dari film tersebut. Tanpa cerita maka tidak ada film. Namun sebaik apapun cerita yang dibuat, proses yang dilakukan setelah pembuatan cerita tersebut sangat menentukan akan menjadi seperti apa film tersebut, karena film merupakan cerita yang disajikan secara visual bukan verbal.

Untuk membantu menerjemahkan cerita dalam skrip dibutuhkan alat yang dapat membuat semua anggota dalam tim produksi mengerti maksud dari adegan yang ada dalam skrip tersebut, dan hal yang paling mudah untuk dimengerti adalah dengan menuangkan gambar verbal tersebut ke dalam sebuah gambaran visual. Dengan bantuan alat yang bernama *storyboard*, penggambaran visual akan lebih mudah untuk dilakukan.

Glebas (2009) mengatakan bahwa *storyboard* adalah perencanaan dalam pembuatan visual dari sebuah cerita. Glebas juga menambahkan bahwa dalam merancang tata letak kamera, yang harus dipikirkan bukanlah dimana kamera diletakkan tetapi bagaimana membuat sebuah *frame* menjadi jelas dan dapat menghasilkan suasana yang membantu dalam penyampaian pesan. (hlm.158).

### **2.2.1. Element Design in Storyboard**

Glebas menjelaskan elemen desain dan hubungannya dengan prinsip dari desain yang membentuk sebuah *shot*. Elemen desain adalah hal yang secara harafiah ada di dalam sebuah *frame* yaitu : *points, lines, planes, edges, shapes, values, sizes, dan colors* (Glebas, 2009, hlm.164).

Kemudian ada prinsip desain yang merupakan pengatur dari elemen – elemen desain agar menciptakan kedinamisan dan estetik yang menarik untuk

dilihat. Prinsip tersebut ada 8 yaitu : *Balance, Position, Dominance, Unity, Alteration and Repetition, Contrast and similarity, symmetry,* dan *Rhythm* (Glebas, 2009, hlm.164).

Gabungan dari elemen dan prinsip desain itu akan menciptakan ilusi yang akan tercipta dan akan penonton selesaikan sendiri di dalam kepala mereka. Yang kita lakukan hanyalah memberikan petunjuk dan informasi sehingga penonton bisa menafsirkannya (Glebas, 2009, hlm.164).

### **2.3. Tata Letak Kamera**

Pada awal kepopulerannya ketika film pertama dipublikasi, banyak orang yang mengantri untuk melihat sesuatu yang baru dari seni yang terlihat sangat ajaib, tetapi dengan cepat pula dibutuhkan inovasi baru untuk mempertahankan ketertarikan *audience*.

Dalam bukunya, White (2006) menjelaskan bahwa para pembuat film tahu bahwa akan sangat membosankan bila pada adegan dramatis kamera hanya diletakkan dan diarahkan hanya pada satu tempat dan arah. Para pembuat film kemudian mulai memberikan pergerakan pada kamera, mengganti sudut pengambilan gambar untuk mendapatkan adegan yang bervariasi sehingga dapat memberikan dampak dan penonjolan yang berbeda terhadap adegan yang diambil.

#### 2.4. *Shot Revelation & Discoveries*

Kenworthy (2009) dalam bukunya, *master shots*, menjelaskan mengenai *revelations and discoveries shot*, yaitu *shot* yang mengungkap atau membuka sebuah informasi. Dari kata *revelation* sendiri yang berarti suatu hal yang terungkap, *shot revelation* ini memiliki ciri dimana *shot* terlihat membuka terhadap objek yang ingin diperlihatkan dengan menggabungkan *camera movement*, peletakan kamera, juga pergerakan aktor.

Dalam beberapa teorinya, Kenworthy menggunakan objek yang berada di dalam *frame* sebagai alat bantu untuk membangun suasana dan alternatif agar *shot* dapat terus berlanjut tanpa menggantinya menjadi *shot* lain.

Selain itu Kenworthy juga menambahkan bahwa inti dari sebuah *shot* tidak harus langsung ditunjukkan secara gamblang tetapi bisa dengan memanfaatkan objek yang ada didalam *frame* untuk mengarahkan penonton pada inti tersebut secara perlahan.

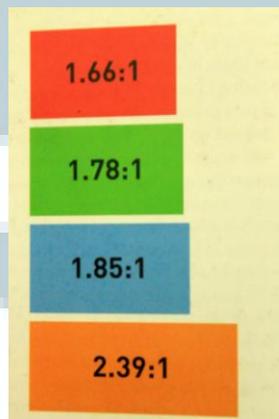
Kenworthy mengatakan bahwa untuk memfokuskan objek utama dalam *shot* bisa dilakukan dengan menghilangkan atau menyamarkan objek-objek lain agar objek utama bisa ditegaskan sebagai fokus dalam *shot* tersebut.

## 2.5. Prinsip dalam Komposisi

Mercado, dalam bukunya *the filmmaker's eye* menjelaskan prinsip - prinsip dalam pengkomposisian *shot* serta konsep secara teknik yang sangat membantu dalam perancangan tata letak kamera. Prinsip – prinsip yang ada adalah sebagai berikut.

### 2.5.1. *Aspect Ratio*

Hal pertama yang perlu diperhatikan sebelum mendesain sebuah komposisi adalah memilih *aspect ratio* yang tepat agar sesuai dengan komposisi yang akan di desain nantinya. Dalam bukunya juga, Mercado memberikan 4 *aspect ratios* yang paling umum digunakan :

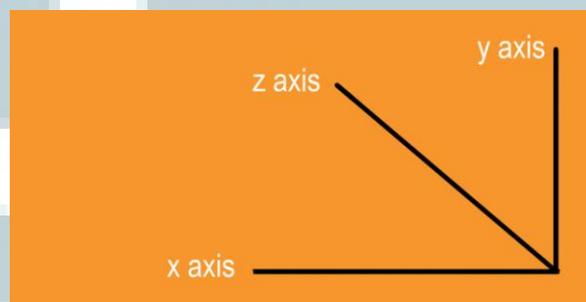


Gambar 2. 1 Aspek Ratio  
(*The Filmmaker's Eye* oleh Gustavo Mercado, 2011)

1. *Anamorphic/ Scope* (2.39:1)
2. *American Theatrical Standard* juga biasa disebut “Flat” (1.85:1)
3. *Standard HDTV* (1.78:1)
4. *European Theatrical Standard* (1.66:1)

### 2.5.2. *Frame Axes*

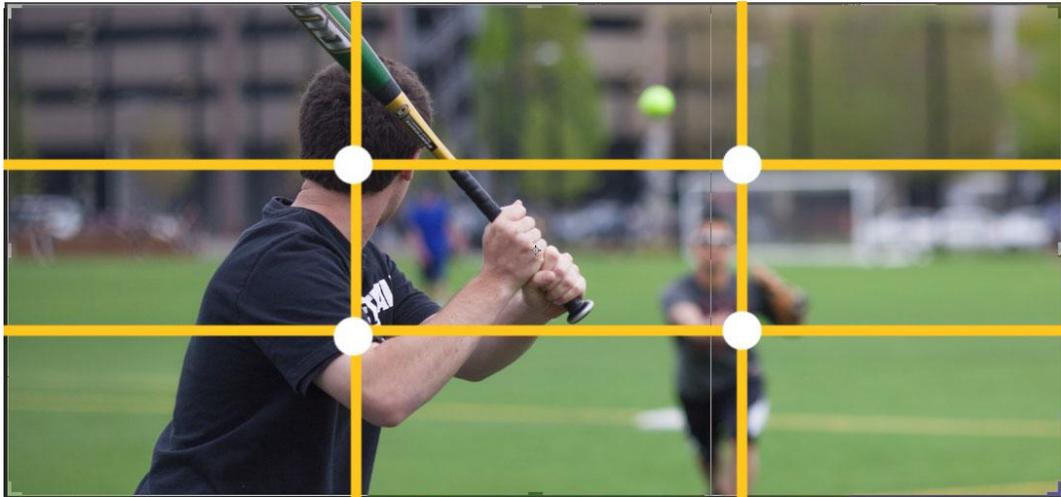
Sebuah *frame* terbentuk dari 2 axis yaitu axis x (horizontal) dan axis y (vertikal). Kedua axis ini membentuk sebuah bidang datar dua dimensi. Namun selain kedua axis ini, sebuah *frame* memiliki 1 axis lagi yaitu axis z yang memberikan aksien kedalaman terhadap sebuah *frame*.



Gambar 2. 2 *Frame Axes*

### 2.5.3. *The Rule of Thirds*

Aturan *Rule of thirds* ini telah muncul dari ratusan tahun yang lalu dan telah melalui banyak perkembangan. Teknik *Rule of thirds* masih digunakan dengan aktif hingga saat ini. Teknik ini membagi sebuah *frame* menjadi 9 bagian dengan 2 garis vertikal dan 2 garis horizontal. Teknik *Rule of thirds* digunakan sebagai acuan untuk membangun keseimbangan yang baik dalam sebuah gambar. biasanya fokus dalam sebuah gambar diletakkan pada salah satu dari keempat titik yang terbentuk dari pertemuan garis - garis horizontal dan vertikal.



Gambar 2. 3Rule of Third

(<http://oregonstate.edu/brand/sites/default/files/images/crop-thirds.png>)

#### 2.5.4. *High and Low Angles*

Mercado (2011) mengatakan dalam bukunya *the filmmaker's eye* bahwa *angle* atau tinggi sudut dari sebuah kamera dapat digunakan untuk memanipulasi pandangan penonton terhadap subjek yang ada (hlm.9).

Seperti *low angle* yang biasa digunakan untuk menunjukkan kepercayaan diri, kekuatan, dan kekuasaan yang mendominasi pada sebuah subjek, ataupun *high angle* yang digunakan untuk menunjukkan bahwa subjek tersebut adalah seorang yang pasif, lemah, atau terintimidasi. Tetapi hal – hal tersebut tidaklah permanen atau pasti. Mercado menambahkan bahwa penggunaan elemen – elemen tidak terpaku pada hal yang sama, semua kembali lagi pada bagaimana para pembuat film ingin membangun suasana.



Gambar 2. 4 *Low Angle*

(<http://www.elementsofcinema.com/images/matilda-low-angle.jpg>)



Gambar 2. 5 *High Angle*

(<http://timurcivan.com/wp-content/uploads/2015/02/highangleGirl.png>)

### 2.5.5. *Focal Points*

Salah satu cara untuk mengarahkan penonton pada fokus yang kita inginkan adalah dengan menonjolkan fokus tersebut dengan menitikberatkan pandangan penonton dengan menyusun elemen – elemen komposisi seperti *rule of thirds*, yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal penting lainnya adalah dengan membuat kontras seperti menggunakan *shallow focus* pada subjek.

### 2.5.6. *Depth of Field*

*Depth of field* adalah bagian dari kedalaman axis z yang masuk dalam fokus kamera. *Depth of field* dikategorikan menjadi dua bagian yaitu

1. *Shallow d.o.f* : Fokus hanya ada pada 1 area yang akan difokuskan saja. *Shallow d.o.f* digunakan untuk mengarahkan pandangan audience pada subjek yang penting dalam *shot* itu agar tidak terlewatkan oleh penonton.



Gambar 2. 6 *Shallow Depth of Field*

([https://library.creativecow.net/articles/terry\\_todd/depth\\_of\\_field\\_converters/gnome-dof.JPG](https://library.creativecow.net/articles/terry_todd/depth_of_field_converters/gnome-dof.JPG))

2. *Deep d.o.f* : Fokus kamera luas sehingga jangkauan kedalaman terlihat juga lebih luas. *Deep d.o.f* digunakan untuk memberikan informasi mengenai sebuah adegan secara keseluruhan. Misalnya seperti ketika menggunakan *shot establishing* yang ingin menunjukkan setting lokasi.



Gambar 2. 7 Deep depth of field

([https://library.creativecow.net/articles/terry\\_todd/depth\\_of\\_field\\_converters/gnome-video.jpg](https://library.creativecow.net/articles/terry_todd/depth_of_field_converters/gnome-video.jpg))

### 2.5.7. *Framing*

Dalam bukunya juga, White (2006) menjelaskan mengenai posisi kamera, hal pertama yang perlu dipertimbangan oleh pembuat film adalah peletakan dan *framing* dari kamera ketika menerjemahkan skrip.

Dengan mengetahui 3 posisi dasar kamera, yaitu *wide shot*, *mid shot*, dan *close up* Serta *ultra-wide shot*, *extreme close-up* sebagai *shot* sekunder seorang pembuat film bisa memnggabungkannya dan menciptakan adegan yang luar biasa.

1. *Ultra wide shot* : digunakan pada adegan pembuka untuk memperlihatkan *setting* dengan efek megah, sampai karakter utama yang berada disana dirasa tidak penting karena porsi *setting* yang luar biasa besar, membuat karakter terdominasi oleh *setting*.



Gambar 2. 8 *Ultra Wide Shot*

2. *Wide shot* : *Framing* ini memiliki fungsi yang mirip dengan *ultra wide shot*. Hanya saja *framing* ini lebih sempit dan terfokus. Sehingga sering digunakan dalam pengenalan lokasi dan dengan lebih sempitnya *frame*, hubungan antar *setting* tempat dengan karakter lebih terasa. Karena itu *shot* ini sering digunakan dalam adegan pembukaan karena *framing* ini membangun suasana dengan baik antara objek dan lokasi.

3. *Mid shot : Framing* ini bertujuan untuk memperlihatkan aksi karakter dari jarak yang lebih dekat dibanding dengan *wide shot*. *Mid shot* biasanya mengambil bagian tubuh setengah ke atas atau ke bawah.



Gambar 2. 9 *Wide Shot*

U M M N



Gambar 2. 10 *Mid Shot*



Gambar 2. 11 *Close Up*

4. *Close Up* : dengan *framing* ini, emosi yang ingin disampaikan pada penonton akan langsung tersampaikan dengan jelas karena *framing* ini sangat intim dan tidak membiarkan objek lain mengganggu fokus objek utama.

5. *Extreme close up* : Framing ini memperlihatkan detail terkecil dari objek yang berada di dalam *frame* sehingga penonton tidak akan melewatkan satu adegan pun ketika *framing* ini digunakan.



Gambar 2. 12 Extreme Close up

([http://1.bp.blogspot.com/-utAfd3BJRKQ/Tno-CCZI9yI/AAAAAAAAACs/c8\\_9-pqRxS8/s320/5382299-woman-eye-extreme-close-up-macro-shot-makeup.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-utAfd3BJRKQ/Tno-CCZI9yI/AAAAAAAAACs/c8_9-pqRxS8/s320/5382299-woman-eye-extreme-close-up-macro-shot-makeup.jpg))

6. *Point of view* : *Shot* ini mengandalkan fokus untuk membuat penonton dapat merasakan dan melihat apa dilihat oleh karakter karena dengan sudut pandang ini, kamera menjadi mata dari karakter yang sedang berada dalam *frame*.

UMMN



Gambar 2. 13 *Point of view*

(<http://ak.picdn.net/shutterstock/videos/3111739/preview/stock-footage-a-wide-angle-point-of-view-shot-from-a-chest-mounted-camera-on-a-motorcyclist-riding-a-motorcycle.jpg>)

#### 7. *Over the Shoulder* (OTS)

*Framing* ini didominasi dengan bagian pundak karakter yang membelakangi kamera. Biasanya digunakan ketika ada dua karakter yang sedang berdialog



Gambar 2. 14 *Over the Shoulder*

(<http://evanerichards.com/wp-content/gallery/titanic/titanic131.jpg>)

## **2.6. Camera Movement**

### **2.6.1. Pan and Tilts**

*Pan* adalah pergerakan kamera yang terjadi secara horizontal dengan memutar kamera ke arah kiri ataupun kanan. Digunakan umumnya untuk pengenalan keadaan dalam sebuah adegan ketika setting lokasi yang luas. *Tilts* merupakan pergerakan secara vertikal yaitu ke atas dan ke bawah. Umumnya digunakan untuk memperlihatkan objek dengan tinggi yang tidak bisa ditangkap dengan kamera secara keseluruhan.

### **2.6.2. Dolly**

Sebuah alat bantu yang memiliki bentuk datar seperti sebuah papan tetapi dapat dipasang kamera dibagian atasnya. Pergerakan *dolly* adalah maju dan mundur serta pergerakan secara horizontal. *Dolly* biasanya memiliki jalur tetapi ada juga yang tidak.

### **2.6.3. Steadycam**

Merupakan alat bantu yang digunakan ketika seorang juru kamera mengambil gambar tanpa menggunakan bantuan tripod, alat ini menyeimbangkan dan mengurangi guncangan saat kamera dibawa.

### **2.6.4. Handheld**

Pergerakan kamera yang dilakukan dengan kamera dipegang secara manual dan digerakan secara manual, walau memiliki pergerakan yang lebih dinamis. Pergerakan kamera ini memiliki resiko yaitu hasil gambar yang kurang baik jika tidak diambil dengan hati – hati.

## 2.7. Emosi

### 2.7.1. Pengertian Emosi

James dan Lange (seperti dikutip Cherry, 2010) mengatakan bahwa emosi muncul sebagai hasil dari reaksi psikologi yang dialami dalam sebuah kejadian. Sebagai contohnya ketika seseorang berjalan ke dalam sebuah hutan dan bertemu dengan beruang, orang tersebut mulai bergetar dan detak jantungnya bertambah cepat, teori James Lange mengatakan bahwa reaksi fisik itu akan diartikan dan disimpulkan sebagai rasa takut.

Menurut teori James-Lange, yang terjadi bukanlah badan yang bergetar karena ketakutan tetapi ketakutan karena badan yang bergetar. Dari teori ini, bisa dilihat bahwa ketika seseorang sedang mengalami reaksi fisik, berarti orang tersebut sedang merasakan suatu emosi.

Goleman dalam artikel yang ditulis oleh Haryanto (2009) mengemukakan ada beberapa macam emosi yang dialami oleh manusia :

- a. Amarah : beringas, mengamuk, benci, jengkel, kesal hati
- b. Kesedihan : pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihi diri, putus asa
- c. Rasa takut : cemas, gugup, khawatir, was-was, perasaan takut sekali, waspada, tidak tenang, ngeri
- d. Kenikmatan : bahagia, gembira, riang, puas, riang, senang, terhibur, bangga
- e. Cinta : penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, dan kemesraan
- f. Terkejut : terkesiap, terkejut
- g. Jengkel : hina, jijik, muak, mual, tidak suka

h. Malu : malu hati, kesal

Film ini menceritakan mengenai Rusmini yang merasa tidak percaya diri setelah mengetahui bahwa dirinya berbeda. Pembahasan mengenai kepercayaan diri ditambahkan karena adanya rasa tidak percaya diri pada tokoh Rusmini dan rasa tidak percaya diri tersebut akan memunculkan beragam emosi dari karakter tersebut.

### **2.7.2. Kepercayaan diri**

Menurut Thantaway (seperti dikutip Haryanto, 2010), kepercayaan diri merupakan kondisi mental atau psikologis dari diri seseorang yang dapat memberi dorongan kuat yang berupa keyakinan pada dirinya untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan individu dengan cara berpikir negatif kurang percaya pada dirinya sendiri sehingga sering menutup diri karena tidak memiliki keyakinan yang kuat akan dirinya sendiri.

Ada beberapa hal yang memengaruhi kepercayaan diri dari seseorang yaitu :

- a. *Self-concept* : bagaimana seseorang menyimpulkan dirinya bagaimana seseorang melihat konsep dirinya sendiri.
- b. *Self-esteem* : hal yang dirasakan oleh diri seseorang tersebut yang dirasa memiliki nilai atau berharga dalam dirinya. Keyakinan dimana dirinya memiliki suatu nilai, harga dan martabat.
- c. *Self efficacy* : sejauh mana Anda punya keyakinan atas kapasitas yang Anda miliki untuk bisa menjalankan tugas atau menangani persoalan dengan hasil yang bagus. Ini yang disebut dengan *general self-efficacy*.  
Atau juga, sejauhmana Anda meyakini kapasitas anda di bidang anda

dalam menangani urusan tertentu. Ini yang disebut dengan *specific self-efficacy*.

- d. *Self-confidence*: keyakinan dari diri seseorang dalam menilai kemampuan dirinya dan adanya rasa “kepantasan” dalam diri dalam mencapai keberhasilan. *Self confidence* Merupakan gabungan dari *self esteem* dan *self efficiacy*.

The image contains a large, semi-transparent watermark of the UMN logo. The logo consists of a circular emblem with a stylized building or tower structure inside, and the letters 'UMMN' written in a bold, sans-serif font below it.