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*

Menurut Wheeler (2005), Director of photography (DoP) bertanggung jawab untuk membuat suasana dan nuansa gambar di setiap frame yang bergantung pada gaya sutradara selain itu *DoP* bertanggung jawab untuk semua hal yang berkaitan pencahayaan serta komposisi gambar (Hlm.31).

Menurut Grove (2004), *Director of photography (DoP)* harus dapat menghitung jumlah cahaya yang tepat masuk kedalam kamera supaya dari setiap *shot* dapat melakukan penyesuaian ke kamera, lensa serta peralatan pendukung seperti lampu. *DoP* juga harus mempunya ide kreatif dalam membuat sudut pandang dan pergerakan kamera selain itu juga harus dapat membuat konsep cahaya terbaik, menggunakan lensa yang tepat serta membuat komposisi yang tepat dari setiap *shot* (Hlm.95).

Menurut Wheeler (2005) *DoP* mempunyai tahapan kerja yang harus diikuti berikut tahapan kerja *DoP*:

Tahap pra produksi:

- Mendiskusikan naskah film bersama dengan sutradara agar dapat mendapatkan *shot* terbaik dalam film.
- Selama berdiskusi dengan sutradara, *dop* juga harus bersinergi dengan departemen *production designer* supaya ketika pembangunan set tidak terjadi kesalah pahaman dan *DoP* harus dating mengawasi ketika pembangunan set untuk

Peran Director of Photography..., Andree Kaneko, FSD UMN, 2018

menghindari perubahan signifikan dalam set sehingga *DoP* dapat membuat shot alternative.

- Jika seorang sutradara ingin bekerja dengan *storyboard* untuk mempermudah dalam melihat gambaran kasar visual dalam film yang akan di buat seorang *DoP* harus mampu merealisasikan jika sutradara tersebut tidak membayar seorang *storyboard artist* untuk menghemat budget.

- membuat plot pencahayaan yang akan di pakai di semua adegan dalam film untuk menentukan jenis lampu, jumlah lampu yang digunakan.

Tahap produksi:

- Memastikan pencahayaan sesuai dengan rancangan sudah kelar dalam adegan.

- selalu berdiskusi dengan sutradara agar mengetahui apakah *shot* yang dibuat sudah sesuai keinginan atau tidak.

- menyetujui urutan *shotlist* dengan sutradara untuk menentukan *shot* yang dijadikan prioritas. (Hlm.4)

2.2. Iklan

Menurut Morissan (2010) yang terdapat pada buku *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, iklan atau *advertising*. Iklan merupakan bentuk penyampaian pesan yang segala sesuatu dari penyampaian pesan tersebut harus mampu mempresentatifkan sebuah produk atau jasa dan hasil semua itu harus di bayar.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.3. Low Budget film

Menurut Honthaner (2010) Budget merupakan susunan anggaran yang berisi detail akan semua kebutuhan produksi sebuah film yang mencakup dari tahap praproduksi sampai pasca produksi.

Grove (2004) mengatakan ketika dunia anggaran rendah dalam pembuatan film seorang *DoP* tidak mendapat anggota untuk membantu tugas – tugasnya seperti *focuspuller, Gaffer,* dan *camera operator* sehingga dia harus yang memegang semua tugas tersebut untuk menghemat budget selain dari segi anggota dalam departemen kamera cara berhemat anggaran adalah menghindar dari *shot* yang menggunakan lampu banyak.

Cleve (2006) mengatakan untuk membuat film dengan *low budget* jika seorang pembuat film tersebut adalah seorang pelajar atau mahasiswa. Pembuat film tersebut dapat meminjam alat – alat produksi di sekolah atau universitas tersebut jika mereka menyediakan alat produksi film. Jika sekolah atau universitas tidak dapat meminjamkan alat produksi, maka bisa dilakukan dengan cara meminjam dari teman atau anggota *crew* untuk menghemat *budget* produksi film (Hlm.62).

Menurut Jackman (2010) dalam pembuatan film dengan *low budget* dapat menggunakan lokasi yang sudah jadi seperti rumah yaitu rumah sungguhan yang sudah lengkap dengan properti – property pada umumnya sehingga dapat menghemat anggaran (Hlm.179).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.4. StoryTelling

Menurut Morling & Strannegard (2004) *StoryTelling* merupakan bentuk komunikasi berupa cerita atau naratif yang menggunakan elemen dasar komunikasi. Dalam media berupa pemasaran penggunaan *story telling* berupa narasi yang berisi sebuah perusahaan yang ingin menghubungkan produknya dengan filosofi yang mereka buat (Hlm.224).

Storytelling juga berfungsi sebagai alat *branding* sebuah perusahaan di karenakan *storytelling* dapat memikat sebuah merek dari tersebut dengan nilai dari emosi cerota tersebut dan *sense of quality* pada sebuah produk serta dapat menjelaskan perbedaan produk tersebut dari kompotitornya (Cristensen,2002)

2.5. Lighting

Menurut Bernard (1989) *Lighting* merupakan gelombang elektromagnetik yang dapat dilihat oleh mata manusia , yang memiliki pergerakan lurus kesemua arah atau menyebar dan dapat dipantulkan (Hlm.59).

Menurut Vineyard (2008) *Lighting* merupakan salah satu kunci utama dari pembuatan film karena *lighting* mampu membentuk sebuah karakter film dari sebuah konsep *ligthing*.

2.5.1. **Prinsip *Low budget lighting***

Menurut Jackman (2010) *low budget ligthing* harus mempunyai beberapa prinsip seperti berikut :

- Menghindari penggunaan cahaya dengan intensitas tinggi di dalam setiap adegan dengan cara lebih fokus pencahayaan kepada actor dan untuk area sekitar actor misalkan ruang tamu dapat menggunakan cahaya lampu meja.

Peran Director of Photography..., Andree Kaneko, FSD UMN, 2018

- Pada saat ini banyak kamera – kamera yang sudah lebih peka akan cahaya sehingga tidak perlu menggunakan banyak lampu dengan daya tinggi.
- Jangan takut akan banyangan yang cukup keras di dalam sebuah adegan tetapi harus di ingat ketika di dalam adegan tersebut terdapat bayangan cukup keras jangan sampai aktor tersebut menyampaikan pesan penting.
- Gunakan cahaya matahari yang masuk dari jendela karena cahaya tersebut sangat efektif dan cahaya yang masuk dari jendela jika di atur dapat membuat cahaya backlight yang baik.
- Selain dari pemanfaatan cahaya yang ada di dalam sebuah *set-up* juga dapat memanfaatkan dari keuntungan penggunaan lensa diafragma kecil seperti *f / 2.8* sehingga cahaya yang masuk kedalam kamera makin besar intesitasnya berkat bukaan lensa yang besar (Hlm.181).

2.6. Using Existing Light and Improvised Cheap Lighting

Menurut Jackman (2010) *using existing light amd improvised* merupakan penggunaan lampu yang ada sesuai dengan di lokasi seperti lampu meja yang tersedia di lokasi atau lampu-lampu café yang sudah tersedia dan juga sinar matahari. Selain penggunaan lampu yang ada di lokasi juga dapat membuat lampu sendiri sesuai kebutuhan seperti dari lampu pijar (Hlm.190).

2.7. Three point lighting

Menurut Thrulow.C&Thrulow.M (2012) *Three point lighting* merupakan *basic ligthing* dalam sebuah film yang memiliki unsur *Key light, fill light* dan *background light* serta seluruh subjek dapat di control penuh pencahayaan nya

Peran Director of Photography..., Andree Kaneko, FSD UMN, 2018

untuk menentukan bayangan serta *mood* dalam pencahayaan. Berikut unsur *three point lighting* :

Menurut Holshevnikoff.B (2005) *key light, fill light* dan *background light* sebagai berikut:

- *Key light*: merupakan sumber cahaya utama di dalam sebuah adegan yang menerangi subjek karakter ristik cahaya utama yaitu pencahayaan keras atau lembut kea rah subjek .lalu penggunaan cahaya ini dapat di optimalkan pada jenis *shot close up.*
- *Fill light*: merupakan sumber cahaya tambahan untuk mengisi bayangan dari hasil cahaya utama karakter ristik cahaya ini harus lembut. Lalu cahaya ini jika di buat *ambient light* akan membuat adegan dalam sebuah *shot* menjadi dramatis.
- *Backlight*: merupakan cahaya yang berguna untuk memisahkan objek terhadap background selain itu juga pencahyaan ini berguna untuk memberikan tekstur dan warna terhadap *background* di setiap adegan (Hlm.10).

2.8. Ambient Light

Menurut Blain Brown (2012) merupakan cahaya yang berada di lokasi *shooting* atau di buat secara khusus yang berada di atas kepala dan cahaya tersebut bersifat halus (Hlm.109).

2.9. Lux

Menurut Aditama.H & Susanta.G (2007) Lux merupakan standar perhitungan kekuatan pencahayaan untuk mendapatkan cahaya yang sesuai dengan kebutuhan

Peran Director of Photography..., Andree Kaneko, FSD UMN, 2018

dari ruangan tersebut. Untuk mendapatkan pencahahayaan yang baik nilai lux tidak boleh kurang dari standar yang yang sudah ditentukan. Berikut cara perhitungan pencahayan yang baik : standar lux yang sudah di tetapkan x luas total ruangan x 2 akan mendapatkan jumlah lumen yang di perlukan di ruangan tersebut. Lalu untuk menentukan jumlah lampu yang di perlukan dengan cara sebagai berikut: total hasil dari perhitungan lumen : 2 x daya lumen yang di hasilkan lampu akan mendapatkan jumlah lampu yang di butuhkan (Hlm.64).

2.10. Gels

Menurut Jackman (2010) *Gels* merupakan filter pengkonversi temperature suhu warna lampu dari kuarsa 3200-K ke 5500 K, rentang warna *gels* mengubah cahaya biru ke kuning atau sebaliknya (Hlm.78). Pengkonversian warna pada *gels* di bagi menjadi empat jenis yaitu:

- *Gels* Biru untuk mengubah tungsten menjadi siang hari: dikenal sebagai Suhu WarnaBiru, atau CTB.
- *Gels* oranye untuk mengubah siang hari menjadi tungsten: dikenal sebagai WarnaSuhu Oranye, atau CTO.
- Gels hijau untuk mengoreksi tungsten menjadi fluorescent: dikenal sebagai Plus Green.
- MAGENTA untuk koreksi fluoresen: dikenal sebagai Minus Green (Hlm. 79).

2.11. Camera Movement

Menurut Brown (2012) *Camera movement* merupakan pergerakan kamera yang harus memiliki motivasi dalam setiap pergerakannya dalam sebuah *frame*. Setiap pergerakan kamera harus memiliki emosi yang membuat motivasi yang di bentuk

Peran Director of Photography..., Andree Kaneko, FSD UMN, 2018

oleh pergerakan kamera tersebut dapat tersampaikan kepada penonton untuk memberikan efek dramatis dan dinamis.

Lanchaster (2011) pergerakan kamera juga dapat menangkap emosi dan *action* dari objek maka dari itu pergerakan kamera harus memiliki motivasi dari pergerakan objek (hlm 209).

2.11.1. Move in and Move Out

Move in and Move Out pergerakan kamera yang mendekati kearah objek atau menjauh dari objek yang membuat penonton akan menambah rasa tegang dan kejut (Brown,2012, hlm. 64).

2.12.Product shot

Menurut Jackaman (2010) *Product shot* merupakan penangan khusus dalam mempresentasikan sebuah produk agar terlihat dramatis dan menarik sesuai keinginan *client*. (Hlm.193).

2.13. Shot type

a. *Close up* yang biasa disingkat dengan kata “CU”, jenis shot memberi kesan seperti diperbesar kepada objek yang dilihat oleh penonton. *Close up* menghasilkan *shot* yang memfokuskan dan spesifik kepada penonton (Thompson, 2009, hlm. 8)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA