



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Corporate Video

Perkembangan media digital sangat pesat pada tahun 2000 belakangan ini. Media digital mempunyai pengaruh banyak terhadap produksi video korporat. Penyebaran media digital juga sudah tidak dilakukan dengan cara membagikan DVD, tetapi sudah dapat dilakukan dengan berbasis CDN atau *Content Distribution Networks* atau transmisi satelit (Sweetow, 2011, hlm 2).

Teknologi pegawai kantor juga dapat mengakses semua melalui media *online* via *live streaming* or *VOD (Video On Demand)*. Selain itu juga, teknologi untuk pegawai juga sudah diperkenalkan dengan adanya *videoconferencing* yang memudahkan mengakses materi pembahasan rapat tanpa harus bertemu secara langsung. Jika sebelumnya sebuah media promosi terbesar berbasis pada televisi, pada era modern ini promosi yang dapat menunjang karier perusahaan bertempat pada media online (Sweetow, 2011, hlm 3).

Sweetow (2011) menjelaskan bahwa media online mengambil peran besar dalam kemajuan media promosi (hlm 3). Media *online* merupakan sebuah jalan baru memproduksi sebuah iklan atau *video* korporat, hal tersebut dapat membuka peluang bagi para pebisnis baru untuk membuka peluang pekerjaan di dunia *online*. Selain terbukanya bisnis peluang baru, banyak juga perusahaan yang gulung tikar atau enggan membuka toko dan beralih bisnis pada *online based business*.

2.1.1. Tutorial Video

Menurut jurnal karya Binanto (2010), video terbagi menjadi dua jenis yaitu video analog dan video digital. Video analog bekerja seperti radio seperti mengkodekan informasi gambar dengan memainkan frekuensi dari sinyal, jika video digital adalah video yang terdiri dari serangkaian gambar digital yang ditampilkan lebih cepat tanpa menggunakan frekuensi. *Tutorial Video* sering dikaitkan pada sebuah cara agar seseorang dapat dengan mudah menggunakan produk atau barang tersebut. *Video* ini membahas mengenai tata cara serta pemakaian suatu produk atau barang dengan tujuan agar produk atau barang tersebut dikenal dan dapat dipakai oleh masyarakat. Menurut Rusman (2012), tutorial adalah langkah bimbingan atau pemberian arahan, bantuan serta petunjuk agar masyarakat mampu memecahkan sebuah persoalan yang terjadi. Tutorial pada era ini dijadikan sebagai bentuk video yang dapat dinikmati oleh banyak orang.

Video tutorial adalah video yang mendeskripsikan sebuah langkah – langkah atau cara untuk mengerjakan suatu hal media pembelajaran yang dapat diulang ulang guna membantu penonton untuk memahami sebuah informasi yang ingin mereka ketahui. Perkembangan audio visual sudah merambah pada teknis pembelajaran sehingga penonton dapat di edukasi menjadi hal yang baik. Sebuah media baru yang menarik guna memudahkan serta mengedukasi penonton. Pada awalnya sebuah video tutorial ini dianggap remeh oleh khalayak umum sehingga esensi kerap kali dianggap terlalu remeh dan orang cenderung membaca buku panduan dibanding video. Pada akhirnya, perkembangan tutorial video ini

semakin meluas dan fungsi tutorial video juga sebagai narasi sebagai elemen bercerita yang bergerak (Clossen, 2014, hlm 29).

2.2. Visual Language

Brown (2016) menjelaskan bahwa seorang *filmmaker* saat melihat sebuah foto, harus menanamkan sebuah pikiran tentang apa yang terdapat dalam *frame* (hlm 14). Pernyataan tersebut berarti apa yang ada dalam *frame* kamera yang digunakan, itu juga yang akan diinformasikan dalam film. Seorang *filmmaker* juga ingin menanamkan sebuah informasi kepada penonton dengan cara yang benar dan tepat. Salah satunya adalah dengan menggunakan sebuah komposisi. Brown (2016) menjelaskan bahwa sebuah komposisi berkaitan erat dengan salah satunya pencahayaan lampu (hlm 14).

Lampu atau *lighting* dalam film dapat menjadi sebuah wadah bagi *filmmaker* untuk menyembunyikan sebuah hal, atau memperlihatkan sebuah hal penting yang ingin disampaikan dalam film. Sebuah gambar dalam *frame* masing masing memiliki 2 dimensi yakni panjang dan lebar *frame* tersebut. 2 dimensi digunakan dalam film sebagai pengarah mata penonton dan membuat penonton percaya akan hal tersebut (*believable*). Hal ini seringkali dapat memfokuskan penglihatan penonton dengan mengikuti *point of view* yang sesuai.

Brown (2016) menjelaskan bahwa sebuah gambar harus dapat menyampaikan makna, *tone*, atmosfer, emosi, serta subteks yang jelas (hlm 14). Sebuah film harus mempunyai sebuah makna langsung yang mendalam dan bersifat memantulkan agar dapat diserap masuk akal oleh penontonnya. Hal berikutnya

adalah *Tone* dalam film maupun gambar, *tone* yang dimaksudkan adalah berkaitan soal warna yang digunakan dalam film atau gambar yang cocok dengan adegan atau gambar tersebut. Selanjutnya, Atmosfer berkaitan dengan hal persepsi ruang dan waktu dalam film dan gambar. Atmosfer juga dapat diartikan sebagai latar sebuah *frame* dalam film atau gambar, penonton dapat melihat kurun waktu dan tempat kejadian yang jelas dan informatif.

Hal selanjutnya adalah emosi, sebuah film atau gambar yang baik adalah film yang dapat mengungkapkan perasaan atau rasa yang ingin ditonjolkan dalam film nya. Hal terakhir adalah subteks, subteks disini bermaksud pada elemen implisit sebuah cerita film dan gambar, dalam pengadeganan karakter memiliki hal - hal yang tidak ingin disampaikan secara verbal di film, subteks ini berpotensi menimbulkan masalah baru yang kompleks karena karakter cenderung menutupi niat atau hal dalam dirinya yang tidak dapat diceritakan dalam film. Semua hal tersebut juga berlaku pada film bisu dimana sebuah visual itu sendiri yang menggerakkan sebuah cerita tanpa dialog.

Komposisi yang baik adalah yang dapat menyampaikan narasi serta informasi dengan jelas dan tepat. Di kasus lain, bahkan sebuah cerita dalam film memiliki berbagai makna, tergantung bagaimana seorang filmmaker membuatnya. Namun, hal yang perlu digaris bawahi adalah dalam pembuatan sebuah komposisi, harus terdapat bentuk, ukuran, hirarki, dominansi, resonansi antar *frame*, dan perpecahan antar *shot* demi *shot*.

2.3. Framing

Setiap *frame* kamera dapat menyampaikan emosi yang berbeda dan sangat bergantung dengan penempatan serta pergerakan kameranya. Dalam produksi, penting adanya seorang sinematografer mengerti arti dibalik setiap shot yang akan dibangun. Brown (2012), *framing* merupakan elemen penting pada sebuah media dalam memberikan konsep atau ide visual di bidang sinema.

Konsep atau ide visual yang dimaksudkan beliau adalah bagaimana sebuah *framing* dapat menciptakan sebuah rasa, emosi, pesan, serta nilai yang akan disampaikan kepada penonton. *Framing* juga berarti ukuran yang ingin dibangun oleh sutradara serta sinematografer agar penonton melihat yang ingin ditonjolkan oleh seorang sutradara dan sinematografer atau area yang ingin ditunjukkan di dalam sebuah shot (DiZazzo, 2012, hlm 166). Dalam hal pergerakan kamera, *framing* juga diperlukan agar memperkuat pesan serta emosi yang ingin dibangun dan saling berkesinambungan antar shot.

Brown (2011), pergerakan kamera tanpa diberikan sebuah motivasi dapat berakibat penonton teralihkan pandangannya (hlm 210). Motivasi ini dimaksud harus berhubungan dengan naskah yang diberikan oleh *scriptwriter*. DiZazzo (2012) menjelaskan bahwa penata kamera dalam mengatur sebuah kamera harus mewakili naskah yang dibuat (hlm 63). Hal tersebut berkaitan dengan *focal length*, penempatan kamera, dan pergerakan kamera yang sudah dibayangkan saat memvisualisasikan sebuah adegan.

2.3.1. Wide Shot

Sebuah buku *Corporate Media Production*, seorang DiZazzo (2012) mengemukakan bahwa *wide shot* dipakai untuk menunjukkan lokasi serta mengakomodasi adegan yang bertempat di area yang luas (hlm 63). Brown (2016) juga menjelaskan bahwa sebuah penggambaran *wide shot* dapat dikatakan sebuah panorama yang besar dengan menggunakan *focal length* yang kecil (hlm 61). Hal tersebut juga berarti bahwa sebuah *wide shot* menciptakan estetika tersendiri bagi para penggiat film agar dapat menggambarkan suasana yang sedang terjadi di filmnya.

Wide shot dapat disebut juga dengan *long shot* atau *extreme long shot*. Mercado (2010) mengungkap bahwa *long shot* dipakai untuk menggambarkan sebuah lanskap yang akan dipakai di dalam aksi sebuah film (hlm 59).

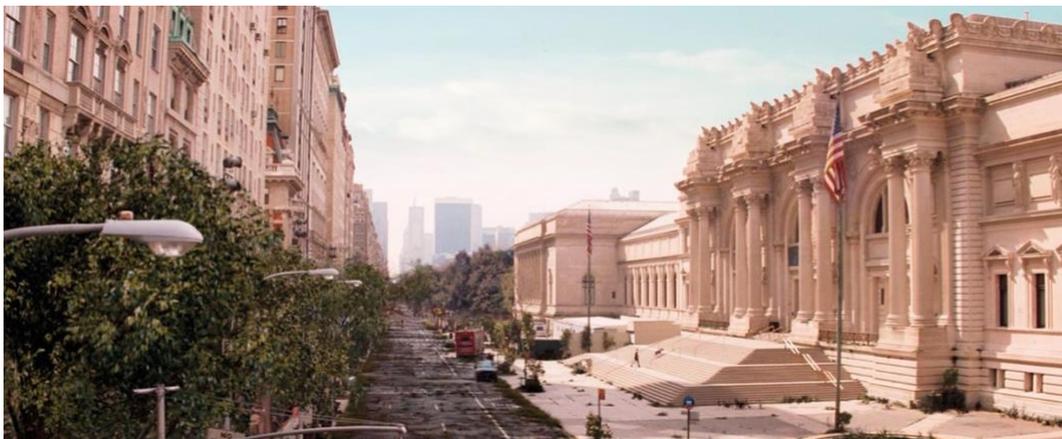


Gambar 2.1. Longshot

(Sumber: Cinematography Theory and Practice, 2016)

Long shot sebagian besar diletakkan pada bagian awal sebuah film. Namun, seringkali *long shot* diletakkan pada bagian akhir dari sebuah adegan untuk menandakan bahwa adanya pergantian emosi di film tersebut (Mercado,

2010, hlm 59). Namun, perlu diketahui bahwa tipe *shot* seperti *long shot* adalah tipe *shot* yang sangat mementingkan suasana sekitar saja, hal ini terlepas dari adanya sebuah ekspresi dari seorang karakter yang turut berperan dalam film tersebut. Namun, menurut Mercado (2010) sebuah *long shot* digunakan untuk meyakinkan penonton tentang karakter dan hal yang berada di sekitar mereka (hlm 60). Area yang luas dapat menciptakan posisi karakter yang cukup bebas, seperti teknik dari Hitchcock yaitu *balance* dan *unbalanced composition*. (Mercado, 2010, hlm 60).



Gambar 2.2. Extreme Long Shot

(Sumber: The Filmmaker's Eye, 2011)

Lalu, terdapat penamaan yang sama layaknya *wide shot* yaitu *extreme long shot*. Mercado (2010) menjelaskan bahwa *Extreme Long Shot* adalah cara yang ideal untuk memunculkan relasi yang spatial dan interaksi antara orang-orang banyak saat perang yang besar dimulai (hlm 65). *Extreme long shot* adalah pilihan dari beberapa *shot* yang memperlihatkan subjek manusia yang sangat minim terlihat dari lanskap yang sangat lebar (Mercado, 2010, hlm 65). *Balanced* dan *unbalanced composition* serta *Hitchcock's rule* juga dapat diterapkan di tipe *shot*

ini. *Extreme Long Shot* menggunakan *Depth of Field* yang dalam. Mercado (2010) menjelaskan bahwa sebuah kamera dengan tipe *shot* seperti ini adalah sebagai pengamat subjek dalam jauh (hlm 65). Hal lainnya adalah jika sebuah subjek manusia diletakkan dalam *shot* seperti ini biasanya diletakan pada bidang yang kontras dengan lanskap, supaya penonton langsung dapat mengetahui kontras tersebut saat menonton (Mercado, 2010, hlm 66).

2.3.2. Establishing Shot

DiZazzo (2012) menjelaskan bahwa seringkali *shot* ini menggunakan ukuran yang lebar dan bertujuan untuk memperkenalkan tempat atau latar sehingga seringkali eksterior (hlm 63). *Establishing shot* ini sudah dipakai oleh para *filmmaker* untuk menciptakan elemen dramatis yang sedang terjadi dalam film (Mercado, 2010, hlm 77). *Establishing shots* juga dipakai untuk memberitahu bahwa karakter yang sedang datang atau terdapat karakter yang mengikuti karakter lain, dan hal-hal lain yang penonton tidak tahu jika tidak memakai jenis *shot* ini. Komposisi dari *Establishing shot* ini perlu untuk meyakinkan penonton tentang informasi mengenai lokasi, atau kejadian yang sedang terjadi, lalu kaitannya dengan karakter yang memerankan film tersebut, dan yang paling penting sesuai dengan visi dari *filmmaker* itu sendiri (Mercado, 2010, hlm 77).



Gambar 2.3. Establishing Shot

(Sumber: The Filmmaker's Eye, 2011)

Di lain hal, *establishing shot* tidak diperlukan untuk dipakai pada setiap adegan dalam film. Hal tersebut kembali pada *plot* yang ingin dibangun oleh seorang *filmmaker* seperti apa. Selain itu juga, karena *establishing shots* ini cenderung lebar dan luas, maka hal yang perlu diperhatikan adalah segala hal yang berkaitan dan berhubungan dengan *mood* serta cerita film tersebut. Dari shot yang lebar dan cukup luas inilah penonton dapat mengerti suasana yang berada di sekitar karakter tersebut dan hal eksterior apakah yang akan mempengaruhi karakter untuk bertindak. (Mercado, 2010, hlm 78). Menurut Brown (2016) terdapat dua hal *Establishing* dalam film yaitu, *Establishing shots* dan *Establishing Geography* (hlm 61). *Establishing shots* memberikan informasi mengenai suasana yang sedang terjadi, beliau memberikan contoh sebuah kantor yang tinggi dan besar di dalam kantor tersebut terdapat pegawai- pegawai yang sedang bekerja dengan sibuk. Hal tersebut dapat digambarkan dengan *shot* yang lebar dan luas dengan memperlihatkan suasana kantor (Brown, 2016, hlm 61). Sedangkan, menurut Brown (2016) *Establishing Geography* berarti shot pembuka yang dapat

memperlihatkan kondisi geografis sebuah latar atau tempat (hlm 61). Dalam arti, tempat seperti apa yang dipakai serta dimana karakter dan objek mempunyai relasi yang cocok satu sama lain, *establishing geography* juga dapat membantu penonton untuk melihat dataran di dalam film serta meyakinkan serta memberikan informasi pada penonton agar tidak ambigu. Hal seperti ini dapat mempengaruhi cerita pada film nanti nya.

2.3.3. Medium Shot

Medium Shot merupakan shot yang diukur dari pinggang ke kepala seorang karakter (Mercado, 2010, hlm 47). Medium shot ini merupakan shot yang semakin dekat dengan karakter atau objek yang ingin ditonjolkan dalam film. Semakin dekat shot tersebut ke arah karakter, maka semakin penonton mengerti ekspresi yang ditunjukkan karakter dalam film, bagaimana cara berpakaian mereka, gestur atau pergerakan juga akan terlihat (Brown, 2016, hlm 63). Selain itu, medium shot ini dapat disatukan setelah *Wide shot* atau *Establish shot* diambil, fungsi nya kamera adalah sebagai pengamat subjek untuk bergerak (DiZazzo, 2012, hlm 64). Saat *Medium Shot* dipasangkan pada kedua karakter, penonton dapat melihat relasi antar dia karakter disertai dengan gestur tubuh dan emosi mereka masing - masing. Karena *medium shot* masih dalam kategori yang lebar, maka harus dilihat segala kontinuitas shot antara shot yang lebar dengan yang lebih dekat dengan subyek (Mercado, 2010, hlm 47). Medium Shot sudah termasuk dalam *intimate shots* karena prinsip nya yang sudah dekat dengan subjek yang dituju.

2.3.4. Medium Long Shot

Penggunaan *Medium Long Shot* ini diukur dari lutut sampai pada kepala karakter (Mercado, 2010, hlm 53). Menurut Mercado (2010) *Shot* ini dipopulerkan di Amerika dalam sebuah acara *Europe Critics* karena shot ini dikenalkan pada *Western Films* (hlm 53). Medium Long shot biasa dipakai pada group shots yaitu yang melibatkan lebih dari dua karakter dalam satu *frame*, *two shots* yang melibatkan dua karakter dalam satu *frame*, dan *emblematic shots* atau shot yang ingin menunjukkan angka atau tanda yang disampaikan namun non - verbal. *Shot* ini lebih lebar dari *medium shot* dan *shot - shot intimate* lainnya. Maka dari itu, shot ini dapat memperlihatkan sekeliling set yang dibangun dalam film. Selain itu, shot ini juga dapat menggambarkan ekspresi yang dialami oleh beberapa karakter secara bersamaan. *Shot* ini juga masih dapat menggunakan *Hitchcock's Rule* yaitu *balanced and unbalanced composition* (Mercado, 2010, hlm 53). Seperti *Long Shot* dan *Medium Shot*, *Medium Long Shot* ini dapat menjadi sebuah kombinasi antara *shot- shot* lainnya. Shot ini juga digambarkan melalui frame yang lebih lebar dan luas, sehingga penonton masih dapat melihat dan diberikan kebebasan untuk melihat keadaan di sekitar karakter tersebut. Shot ini merupakan shot yang ideal untuk menunjukkan ekspresi dan gerakan tubuh karakter. (Mercado, 2010, hlm 54).

2.3.5. Medium Close Up

Medium Close Up merupakan shot yang berukuran dari dada sampai kepala karakter (Mercado, 2011, hlm 41). Medium Close up sendiri adalah shot yang

lebih sempit dari medium shot. Biasanya shot ini menggunakan *shallow depth of field* yang memberikan efek kedalaman suatu gambar dan lebih memfokuskan pada karakter. Komposisi *Medium Close up* ini sudah tidak lagi membebaskan penglihatan penonton mengenai apa saja yang ada di sekitar karakter, namun lebih menekankan emosi yang dialami oleh karakter yaitu takut, sedih, senang, terkejut, panik (Mercado, 2010, hlm 41). Medium Close up memberikan ruang kepada karakter dari kepala sampai pundaknya untuk berekspresi sesuai dengan cerita dalam film, hal ini juga dapat berarti penonton difokuskan pada apa yang dialami oleh karakter dalam film (DiZazzo, 2012, hlm 64). Terkadang, shot ini hanya menampilkan satu karakter saja, tetapi ada juga yang menerapkan shot ini dengan menggunakan *over the shoulder shot* agar terlihat sebagai interaksi antar karakter dengan karakter lain (Mercado, 2010, hlm 42).

2.3.6. Close Up and Extreme Close Up

Shot *Close Up* lebih menekankan pada aktor yang sedang berperan dalam film tersebut (DiZazzo, 2012, hlm 64). Shot ini lebih menekankan pada ekspresi dari karakter yang sedang bereaksi terhadap kejadian yang sedang terjadi karena shot ini diukur dari dagu sampai kepala karakter (Mercado, 2010, hlm 35). Layaknya seperti *medium shot* atau *medium close up*, tipe *shot* ini hanya berfokus pada satu individu dan dengan satu *angle* saja. *Close up* adalah sebuah cara yang dipakai oleh *filmmaker* ketika sebuah ekspresi serta cara pandangan karakter tidak dapat diekspresikan lewat *shot* yang lebih lebar. Jika *Extreme Close up* adalah jenis *shot* yang menjelaskan sebuah informasi kecil yang ingin disampaikan karakter dalam

film. *Extreme Close Up* dapat menunjukkan sebuah *powerful statement* terhadap cerita (Mercado, 2010, hlm 29). Hal tersebut dikarenakan setitik hal detail yang sangat penting untuk karakter menemukan jalan keluarnya, atau hal yang penting untuk karakter saat melihat sesuatu.

2.4. Camera Movement

DiZazzo (2012) menjelaskan bahwa seorang sutradara mempunyai intensi agar penataan kamera tidak boleh diketahui oleh penonton (hlm 161). Hal ini mengartikan bahwa jika sebuah kamera ditempatkan pada “motif” yang salah, maka penonton pasti akan menyadari hal tersebut, dan seorang sutradara harus mengetahui hal tersebut dan bagaimana mengubah hal tersebut menjadi elemen dramatis. Kamera bergerak untuk mengisyaratkan, memberitahu, dan membuat rasa yang ingin dibangun dalam satu *scene* (DiZazzo, 2012, hlm 161). Menurut Brown (2016) pergerakan kamera adalah relasi waktu yang dapat membuat suasana emosi dan rasa di dalam sebuah adegan (hlm 302). Sebuah pergerakan kamera telah membawa subteks serta konten dari emosi dari subjek. Pergerakan seperti Dolly ditemukan pada awal abad 20 ini, sedangkan *crane* ditemukan pada tahun 1920 dalam bentuk yang lebih modern, setelah *crane* dijadikan sebagai teknis dalam membuat film, akhirnya Garret Brown membuat *steadicam*, alat yang lebih “*handy*” karena ukurannya yang dapat dijangkau oleh manusia, alat tersebut pertama kali dipakai dalam film Kubrick yang berjudul *The Shinning* (Brown, 2016, hlm 302). Brown (2016) juga menjelaskan bahwa semua pergerakan kamera terdapat motivasi tersendiri dan membaginya menjadi dua

bagian yaitu aksi sebagai penggerak kamera itu sendiri dan emosi karakter yang ingin ditunjukkan dalam film (hlm 302 -303).

2.4.1. Pan

Brown (2016) mengatakan bahwa tipe pergerakan kamera ini “*short for panoramic*” (hlm 304). Pergerakan *pan* merupakan pergerakan yang memakai teknik kamera yang bergerak kiri dan kanan secara horizontal tanpa menggerakkan poros yang menopangnya (Brown, 2016, hlm 304). Pergerakan kamera seperti ini menggunakan tripod atau dolly yang dapat menopang kameranya. Brown (2016) juga mengatakan bahwa pergerakan kamera ini mempunyai limitasi jika digerakkan terlalu cepat yaitu dapat mengakibatkan *strobing effect* (hlm 304). Gerakan ini juga menggunakan frame rate 24 atau 25 fps dengan durasi maksimal 4 sampai 5 detik sebagai isyarat pergerakan karakter (Brown, 2016, hlm 304).

2.4.2. Tilt

Brown (2016) menjelaskan bahwa pergerakan kamera ini bergerak dari atas ke bawah begitupun sebaliknya secara vertikal (hlm 304). Sebuah pergerakan kamera ini digunakan sebagai pengenalan dan pemberitahuan mengenai suatu objek. Pergerakan kamera ini menggunakan tempat yang horizontal dengan memperlihatkan aspek tiga dimensional film yaitu X axis, Z axis, dan Y axis (Brown, 2016, hlm 304). Brown (2016) menjelaskan bahwa pergerakan kamera ini digunakan saat penonton diperlihatkan dan ikut masuk ke dalam karakter yang dihadapkan dengan ruang yang baru (hlm 305).

2.4.3. Track In/ Track Out

Brown (2016) menjelaskan bahwa pergerakan kamera ini disebutkan menjadi *push in* atau *pull out* (hlm 305). Kamera diletakan di atas rel dan seorang penata kamera duduk di kursi sebelah kamera dan ada orang juga yang mendorong serta menarik kursi dari penata kamera serta kamera nya di atas rel. Brown (2016) menjelaskan bahwa pergerakan kamera ini ingin menunjukkan sisi luas lanskap dengan sisi yang lebih sempit (hlm 305). Hal ini juga berdampak pada pandangan penonton mengenai suatu hal yang ingin ditonjolkan lebih untuk menciptakan efek dramatisasi cerita. Brown (2016) sendiri mengungkapkan bahwa "*focusing on the viewer's attention is more effectively than just doing a wide establishing and then cutting to the scene, vice versa*" (hlm 305). Hal ini mengindikasikan bahwa pergerakan kamera ini seringkali menggambarkan sebagai suasana dalam film tersebut dibanding menjadikan adegan menjadi dua *shot* yang terpisah dan akan menghasilkan emosi yang berbeda. *Track in* memfokuskan pada objek dibandingkan lanskap, sedangkan *Track out* memfokuskan pada suasana lanskap dibandingkan dengan objek. Menurut Brown (2016), gerakan *track out* dapat digunakan sebagai karakter yang memiliki sebuah interaksi eksternal dengan lingkungan atau lanskap tersebut. (hlm 306). Relasi ini dapat terbentuk melalui relasi emosional dan logika pemikiran manusia.

2.4.4. Crane

Pergerakan kamera ini menurut Brown (2016) menunjukkan lanskap vertikal yang bergerak di dalam shot nya (hlm 307). Kamera digerakan dengan sebuah alat yang

mampu menangkap sebuah gambar dari titik atas lalu turun ke bawah pada titik terendah untuk menunjukkan kondisi geografis yang terjadi dalam film. Pergerakan kamera ini digunakan sebagai aksi aksi besar dan mempunyai potensi yang kuat dalam menunjukkan karakter dibanding dengan teknik pergerakan kamera lainnya (Brown, 2016, hlm 308). Kelebihan nya sendiri dari crane pada buku Brown (2016), beliau menjelaskan bahwa sebuah *crane* dapat secara mudah mendapatkan gambar visual dari gedung gedung tinggi dan lantai bawah seawah mungkin (hlm 308). Dengan kata lain, *crane* dapat dengan baik menyalurkan semua keinginan sutradara akan hal objek yang berada diatas dan dibawah secara bersamaan.

2.4.5. Dolly In dan Dolly Out

Identitas Visual yang timbul bukan hanya dari tata pencahayaan atau lighting saja melainkan dapat diasosiasikan sebagai pergerakan kamera. Menurut Brown (2016) segala teknik jenis kamera mempunyai motif tersendiri, kamera dapat menyalurkan segala emosi dan pikiran dari pelakunya (hlm 300). Salah satu pergerakan kamera yang dapat memperkuat sekaligus memberikan informasi pada penonton adalah gerakan kamera *dolly in and dolly out*. Teknologi dalam pergerakan kamera yang secara satu sisi dapat memperkuat cerita dan emosi yang dibangun. Secara teknis pergerakan, *dolly in* serta *dolly out* sangat terlihat.

Dolly in adalah teknik pergerakan kamera maju dengan menggunakan rel atau track yang memiliki roda dan dijalankan menggunakan kamera nya. Fungsi *Dolly in* sendiri adalah untuk memberitahu dan mempertajam mimik serta ekspresi yang

dikeluarkan oleh aktor pada saat berakting. Teknik ini digunakan pada emosi seperti marah, sedih, senang, bingung. *Dolly out* adalah teknik pergerakan kamera mundur yang ingin memperlihatkan sebuah lanskap dan keadaan yang karakter sedang alami. Fungsi *Dolly Out* sendiri adalah untuk memperlihatkan emosi kekesalan atau penyesalan *regret*. Namun, seiring perkembangannya waktu, teknik pergerakan *Dolly* ini semakin berkembang dan dipakai dalam film *Vertigo* karya sutradara Alfred Hitchcock. *Dolly* yang dimaksud adalah *Dolly Zoom*.



Gambar 2.4. Dolly Zoom

(Sumber: Brown, 2016)

Teknik ini merupakan teknik pergerakan kamera yang tidak biasa karena kamera bergerak maju atau mundur sedangkan *zoom* pada kamera juga dimainkan untuk menempatkan posisi ukuran aktor atau objek yang sama di frame. Pergerakan kamera tersebut dinamakan *perspective distortion* (Brown, 2016, hlm 300). Fungsi *Dolly Zoom* ini adalah untuk meyakinkan penonton bahwa terdapat

adegan yang secara tiba tiba tanpa diketahui terjadi, ada juga tentang merespon kejadian dramatis yang terjadi disekitar aktor. Jenis pergerakan kamera ini merupakan hal yang emosional pemakaiannya.

2.5. Emotion as Expression

Manusia mempunyai karakteristik emosi nya masing masing dan beruntungnya manusia lain dapat memahami ekspresi manusia untuk keperluan interaksi sosial mereka. Sebuah ekspresi manusia dapat membuat sebuah persepsi baru atau memperkuat pikiran orang lain terhadap satu hal, ekspresi bisa disebut berkomunikasi melawati wajah. Feigenson (2010) menjelaskan bahwa sebuah interaksi sosial yang berhasil adalah orang yang dapat menggabungkan kedua unsur yaitu ekspresi dan komunikasi verbal secara bersamaan dan ditangkap baik oleh pendengarnya (hlm 45).

Emosi sangat berpengaruh dalam perilaku sehari hari bahkan emosi seseorang juga dapat menjadi penilaian psikologis pribadi seseorang yang dapat dilihat dan dirasakan. Feigenson (2010) mengungkapkan bahwa emosi dapat mempengaruhi penilaian secara hukum dalam beberapa cara yang paling penting dengan mengubah sebuah kedalaman proses informasi, persepsi, ingatan, dan interpretasi dan memberikan sebuah isyarat informasi untuk penilaian (hlm 46). Emosi lebih didukung dalam proses kognitif otak manusia dan memasuki sebuah pemikiran kompleks manusia. Terkadang emosi dimunculkan secara tidak sadar, sebuah pengalaman psikoanalisis yang sedang bekerja agar dapat melihat, mendengar, merasa, dan mencium hal diluar hal tersebut membuat fantasi otak manusia bekerja merespon hal tersebut (Buchanan, 2010, hlm 135).

Feigenson (2010) menjelaskan bahwa terdapat empat macam emosi dan suasana hati yang dapat mempengaruhi sebuah penilaian secara hukum pemikiran seseorang (hlm 47). Pertama, pemikiran seseorang dapat mempengaruhi strategi pemrosesan informasi orang lain melalui emosi yang dikeluarkan orang tersebut, lewat sebuah emosi seseorang dapat menyetir keputusan orang lain dan mulai mempercayai orang tersebut. Kedua, suasana hati dan emosi dapat membiaskan sebuah persepsi, mengingat, atau mengevaluasi fakta yang relevan dengan penilaian ke arah yang konsisten berdasarkan penilaian suasana hati atau struktur kognitif. Sebagai contoh saat seorang *blogger* ingin mengangkat kasus yang tidak disukai karena ada satu dan lain hal yang membuatnya tidak nyaman, maka *blogger* akan menulis sesuai dengan emosi dan isi hatinya, sehingga sulit untuk dilihat apakah sebuah penulisannya adalah karya orisinal atau tidak.

Hal ketiga adalah orang dapat menggunakan emosi dan suasana hati mereka sebagai isyarat informasi untuk atribusi tanggung jawab pihak tersebut. Hal ini yang dimaksudkan adalah emosi dapat secara penuh mengambil atau mengukur tingkat kejelasan informasi yang disampaikan. Emosi adalah hasil dari penyampaian informasi yang sudah diterima oleh orang tersebut sebagai isyarat informasi. Menurut Bordwell, Thompson, Smith (2016) mereka menjelaskan bahwa emosi sebagai bentuk estetika dalam film dapat ditunjukkan lewat bentuk yang dinamakan *emotion state* (hlm 57). Hal – hal yang menyebabkan seseorang mengeluarkan emosi adalah karena mempunyai ekspektasi tertentu yang tidak dijalankan di kehidupan nyatanya (Bordwell et al., 2016, hlm 57). Hal tersebut berarti sebuah emosi bisa saja ditunjukkan lewat *shape and form* yang sudah

dibangun oleh *filmmaker* saat membuat filmnya. Terakhir, sebuah antisipasi emosi di masa depan misalnya sebuah penyesalan dapat membentuk persepsi pengambilan keputusan di masa depan. Membuat film itu juga berarti membuat seseorang penasaran apa yang akan terjadi selanjutnya dan membuat emosi yang di situasi tersebut (Bordwell et all., hlm 58).

2.6. Visualisasi Emosi

Pada penerapan seorang karakter dalam film, sutradara harus memiliki sebuah rasa ketika ia akan menyutradarai film tersebut. Rasa tersebut adalah bukan cuma berdiam diri pada seorang sutradara, namun sutradara juga harus membuat rasa yang dimiliki oleh beliau dituangkan lewat sebuah akting dari tokoh. Flacks (2015) menjelaskan bahwa sebuah akting memerlukan penyampaian emosi lewat pengucapan kata- kata, gerak tubuh secara ekspresif (hlm 29). Tokoh dalam produksi film ataupun iklan sebenarnya sedang memerankan emosi yang disampaikan oleh seorang sutradara. Sebuah cara untuk berkomunikasi langsung dengan penonton lewat sebuah aksi yang dilakukan. Namun, penyampaian sutradara tidak hanya mencakup antara aktor dan sutradara saja dalam sebuah produksi film, namun sebuah peran visual juga tidak dapat dilupakan. Seorang sutradara tidak dapat terlepas dari aturan aturan sinematografi saat menyampaikan emosi sebuah aktor lewat akting.

Pelaku sinematografi atau disebut juga sinematografer memiliki teknik khusus yang dapat memperkuat serta menunjang sebuah emosi visual dalam film atau produksi iklan. Lewat tata pencahayaan, serta pergerakan kamera juga dapat

menyampaikan emosi ke penonton. Seorang sutradara bernama Federico Fellini yang dikutip dari buku *Film Art : An Introduction* karya Bordwell dan Thompson (2010) mengungkapkan bahwa pencahayaan adalah hal yang paling utama. Pencahayaan dapat menyampaikan ideologi pemikiran, emosi, warna, kedalaman ruang dan waktu, serta gaya (hlm 124). Lewat pencahayaan yang tepat, objek apapun yang ingin diperlihatkan akan mendukung serta memperkuat sebuah cerita. Bordwell dan Thompson (2010) menjelaskan bahwa pencahayaan atau *lighting* bukan hanya memancing penglihatan penonton soal melihat sebuah aksi saja melainkan hal ini berpengaruh pada semua aspek dramatisasi cerita (hlm 125). Terdapat berbagai macam visualisasi dalam hal pencahayaan yaitu titik terang dan titik gelap. Titik terang mengindikasikan bahwa mata penonton akan tertuju pada objek tersebut. Sedangkan titik gelap atau *shadow* dapat mengindikasikan sebagai elemen *suspense* atau misteri mengenai apa yang akan terjadi kedepannya. Bordwell dan Thompson (2010) menjelaskan bahwa pencahayaan atau *lighting* juga mempunyai aspek keunggulan yaitu dapat menampilkan tekstur (hlm 125). Tekstur dapat dilihat dan dirasakan oleh aktor dengan penggunaan sebuah cahaya.

2.7. Lighting

Hal yang mendukung visualisasi emosi adalah dengan menggunakan aspek pencahayaan dalamnya maka hal tersebut penulis menjabarkan berbagai macam hal emosi yang dapat ditampilkan dan ditonjolkan lewat pencahayaan atau

lighting adalah lewat *highlights* dan *shadows* yang ditujukan pada objek yang ingin ditunjukkan.



Gambar 2.5. Shadow

(Sumber: Giuseppe Milo, 2012)

Bordwell dan Thompson (2010) menjelaskan bahwa *highlights* memperlihatkan sisi penting dari sebuah gambar yang akan diperlihatkan, sedangkan *shadows* memperlihatkan kesetaraan antar titik terang dan titik gelap yang disebut sebagai *shading* (hlm 125). *Highlights* juga memperlihatkan bukan hanya tekstur melainkan bentuk. *Highlights* dan *Shadow* juga dapat mengontrol seberapa jauh atau seberapa besar jarak ruangan dari berbagai dimensi. Hal kedua dari teknik pencahayaan atau *lighting* adalah dari sisi kualitas. Menurut Bordwell dan Thompson (2010) kualitas disini bermaksud sebagai empat faktor penting yaitu *quality of lighting*, *direction*, *source*, dan *color* (hlm 126). *Quality of lighting* itu adalah intensitas dari pencahayaan itu, apakah disebut sebagai *hard light* atau *soft light*. *Hard light* menghasilkan bayangan, tekstur yang kasar, dan tepi yang kasar. Sedangkan *soft light* adalah sebagai penghalus cahaya biasanya diperlihatkan

lewat sore hari dimana matahari tidak terlalu terik dan cuaca cerah berawan yang menghasilkan warna yang cenderung tidak tajam dan terang namun cenderung dibiaskan menjadi lebih halus.

Hal ketiga dari segi pencahayaan untuk mencapai emosi tertentu adalah *Direction* atau arah. *Direction of light* ini tidak dapat disamaratakan dengan *front light*, *sidelight*, *backlight*, *underlight*, dan *top light*.



Gambar 2.6. Frontal Lighting

(Sumber: Film “Out of the Past”, 1947)

Frontal lighting pada umumnya untuk menciptakan emosi terkejut atau elemen *surprise* umumnya *lighting* ini mengeliminasi sebuah bayangan. Bayangan yang dihasilkan akan menyerupai *flat* dan cenderung keras pada objek yang diteranginya, hal kedua adalah *sidelight*. *Sidelight* ini diartikan sebagai teknik pencahayaan emosi yang keras dan kasar secara tiba-tiba karena datangnya dari samping dari objek. Seringkali *sidelight* ini dikaitkan dengan *frontal light* namun dinamakan menjadi *crosslight* karena tipe nya yang berada di samping.



Gambar 2.7. Backlight

(Sumber : Film “Assassination of Jesse James by the Coward Robert Ford”, 2007)

Backlighting seperti namanya, *lighting* ini berada pada belakang objek. Posisi *lighting* ini dapat bervariasi yaitu di atas objek, dibawah atau disamping objek itu sendiri. Penggunaan *backlight* sendiri untuk menciptakan suasana emosi yang dramatis sedih, kehilangan, serta struktur bentuk dari sebuah objek (Bordwell dan Thompson, 2010, hlm 127). *Underlight* adalah sumber pencahayaan yang berasal dari bawah objek. *Underlight* ini digunakan banyak untuk menekankan emosi ketakutan (Bordwell dan Thompson, 2010, hlm 128). *Underlight* juga dapat digunakan sebagai pencahayaan utama yang realistis untuk adegan - adegan yang memakai api unggun dan cahaya senter. *Top Lighting* adalah ketika cahaya jatuh tepat di atas objek. Pencahayaan seperti ini untuk menciptakan sebuah watak yang sombong, berkuasa, dan kuat. Pencahayaan ini juga dapat membuat sebuah objek menjadi lebih *glamour* atau istimewa.

Aspek berikutnya dari sisi pencahayaan dan kaitannya terhadap emosi adalah *Source* atau sumber pencahayaan itu sendiri. Saat para *filmmaker* merekam

proyek dokumenter atau film dokumenter, sebagian besar film dokumenter menggunakan cahaya yang natural dan cenderung *flat* sedangkan film fiksi menggunakan lampu yang ekstra untuk merekayasa sebuah imaji atau gambar (Bordwell dan Thompson, 2010, hlm 127). Seorang sutradara dan sinematografer bekerja sama untuk menciptakan sebuah pencahayaan dalam pengadeganan yang disebut juga dengan *three point lighting*. *Three point lighting* ini terdiri dari *key light*, *fill light*, dan *backlight*. Menurut Bordwell dan Thompson (2010), *key light* adalah sumber dari segala cahaya dalam setting sebuah film. Pencahayaan dari *key light* ini merupakan cahaya yang paling kuat dan keras yang jatuh pada objek. Jika *Fill light* berfungsi sebagai pengisi bayangan yang dijatuhkan lewat *Key light* yang dipancarkan pada objek (hlm 128). Pencahayaan seperti ini cenderung tidak terlalu terang dan lebih redup pada objek, *fill light* ini berfungsi untuk memproporsionalkan objek dari agar dapat dilihat oleh penonton. Namun, pada kenyataannya di dunia film Eropa dan Amerika memegang andil untuk menggunakan salah satu ataupun dua pencahayaan saja untuk kebutuhan dramatisasi cerita dan emosi yang sedang dijelaskan oleh sutradara lewat bahasa visualnya (Bordwell dan Thompson, 2010, hlm 129). Penggunaan *three point lighting* ini seringkali diperkuat dalam produksi Hollywood menjadi *high key* dan *low key lighting*. *High key* menggunakan dua pencahayaan yaitu *fill light* dan *backlight* untuk menciptakan efek *low contrast* di antara area yang terang dan gelap. *Low key* menghasilkan kontras yang kuat, tajam, dan bayangan yang pekat. Biasanya pencahayaan ini menghasilkan *chiaroscuro* yang berarti kuat sekali gambar gelap dan terangnya sangat kontras.

2.8. Rasa Panik

Rasa Panik dapat dirasakan oleh siapapun dan kapanpun. Dalam sejarahnya, *panic attack* sudah dirasakan berpuluh-puluh tahun ke belakang (Baker, 2011, hlm 9). Beliau juga mengungkapkan bahwa terdapat sebutan awal yang dimulai dari negara Perancis dimana mereka menyebutkan gejala panik ini dengan sebutan *terreur panique*. Setelah tahun 1603 tidak sedikit juga orang yang menyebutkan emosi panik sebagai *sudden foolish frights* yang diartikan sebagai emosi panik secara konyol dan tiba-tiba (Baker, 2011, hlm 9). Sampai pada tahun 1980, Sebuah asosiasi *American Psychiatric* yang membahas sebuah *panic attacks* yang ditulis pada kitab psikiatri dalam bukunya yang berjudul “*Diagnostic and Statistical Manual*”. Terdapat 11 sensasi yang dirasakan oleh orang lain saat orang tersebut mengidap *panic attack*.

1. Jantung berdebar-debar atau detak jantung semakin cepat.
2. Perasaan gemetar atau bergetar seluruh tubuh.
3. Nafas relatif pendek dan terdapat perasaan seperti mencekik.
4. Perasaan tersedak.
5. Nyeri di dada dan tidak nyaman.
6. Perasaan mual atau memiliki perut yang seperti mencengkram.
7. Biasanya mengalami pusing, perasaan tubuh yang tidak stabil, serta efek lebih beratnya yaitu pingsan.
8. Perasaan tidak nyata atau seperti “kehilangan identitas” artinya pengidap akan merasa terpisah dari diri sendiri dan takut kehilangan kendali atau menjadi gila.

9. Adanya rasa takut mati.
10. Sifat mati rasa di sekujur tubuh dan mengalami kesemutan.
11. Mengalami menggigil padahal temperaturnya normal tidak dingin.

Baker (2011) menyebutkan bahwa gejala panik adalah hal yang wajar dan sering terjadi oleh aspek psikologis manusia saat mengadaptasi suatu lingkungan yang baru (hlm 10). Rasa panik bisa diklasifikasikan dengan orang yang kurang sehat dalam menghadapi beban kehidupan, serta pribadi yang terjadi kesalahpahaman dan tidak belajar dari kelemahan sendiri, dan ketakutan akan apa yang terjadi kedepannya. Menurut Baker (2011) kurangnya sebuah pengalaman, kesalahpahaman dalam menerima sebuah informasi, serta rasa takut adalah hal yang normal terjadi pada manusia dan tidak ada hubungannya dengan penyakit. Rasa panik dapat terjadi kapan saja dan dimana saja, terkadang panik dapat ditunjukkan jika sesuatu tiba-tiba terjadi pada diri karakter utama atau pada karakter lain yang terdapat kaitannya pada karakter utamanya. Baker (2011) membagi sebuah pola atau posisi panik seseorang yaitu *place, situation, feelings, anticipation, lack of actions, thoughts about panic, sleep*.

Place atau tempat menjadi berpengaruh terhadap rasa atau emosi panik itu sendiri. Sebagai contoh saat di tempat keramaian, transportasi public seperti bus, berdiri pada barisan, di tempat ibadah seperti gereja, dan di tengah kota. Bahasa Yunani nya adalah *Agoraphobia* atau dapat disebut juga dengan “ketakutan pada tempat yang ramai” (Baker 2011, hlm 18-19). Seringkali, keadaan panik seperti ini mencari tempat perlindungan seperti rumah karena dari situlah seseorang akan merasa nyaman serta aman dari gangguan eksternal yang menggangukannya. Hal

kedua adalah *situation* atau situasi. Terkadang seseorang mengalami kepanikan akan ruangan yang sempit dan ruangan yang tidak diketahui jalan keluarnya karena seseorang yang sedang mengalami sebuah rasa panik situasi ini maka jalan paling aman adalah dengan mencari jalan keluar. Panik situasi juga dapat terjadi jika sedang menanggung semua beban nya sendirian, berarti bagi mereka keamanan seseorang terdapat pada sesuatu yang dilakukan secara bersama-sama. Hal ketiga adalah *feelings* atau perasaan. Perasaan panik ini ditandai dengan gejala seperti secara tiba tiba mengalami kepanasan, detak jantung berdegup kencang, dan mengalami pusing. Efek seperti ini dapat mengakibatkan pada berkeringat padahal suasana sedang tidak panas, jantung berdegup kencang saat jalan, dan mengalami pusing karena lapar. Perasaan juga dapat dibangun pada perasaan yang eksternal yaitu saat karakter berjalan pada titik gelap ke titik terang, atmosfer yang menekan karakter, permukaan dan tekstur lantai, dan perasaan kenyang seperti sehabis makan.

Hal keempat adalah *anticipation* atau antisipasi. Seorang yang mengalami panik sebelumnya akan mengalami hal yang panik sebelum menghadapi sesuatu. Orang yang mengalami panik seperti ini adalah biasanya orang yang sangat panik sebelum acaranya berlangsung namun pada saat acaranya mulai, rasa panik itu seakan akan memudar dan menghilang. Gejala panik seperti inilah jika sudah mendapatkan janji, maka tidak segan- segan janji tersebut akan segera dibatalkan dan cenderung memilih untuk bohong dan mencari alasan agar keluar dari janji tersebut. Hal kelima adalah *lack of actions*. Serangan pola panik ini tergambar secara tiba tiba saat orang tersebut menonton televisi, berita, bersantai. Bagi orang

orang keamanan serta kenyamanan yang mengidap pola kepanikan ini adalah dengan berusaha menyibukkan diri dengan melakukan aktivitas apapun, seperti sengaja tidak santai, tidak menonton hal-hal tertentu di televisi, tidak membaca hal tertentu di koran, serta tidak mendengarkan topik yang berkaitan dengan kegiatan mental. Hal keenam adalah *thoughts about Panic*. Pola rasa panik ini berbeda dengan pola panik lainnya, panik ini cenderung menggunakan sebuah memori masa lalu yang panik dan seseorang tersebut mengingat kejadian itu kembali dan menyebabkan kepanikannya berlanjut semakin besar dua kali lipat. Seringkali pola panik seperti ini sulit untuk dilabuhi atau diisi dengan kalimat-kalimat yang membangun karena pikiran serta perasaan yang dimiliki sudah tertutup oleh rasa panik itu sendiri.

Hal ketujuh adalah *sleep* atau tidur. Perasaan panik ternyata juga dapat berasal dari mimpi dimana seseorang dapat mengeluarkan keringat yang mengucur di tubuhnya, perasaan jatuh dari atas langit, ketakutan saat bermimpi. Hal tersebut dikarenakan seseorang mengalami sebuah rasa panik yang berlebihan saat masih dalam keadaan normal. Hal yang membuatnya nyaman dan aman adalah jika terdapat seseorang lain yang dapat mendampingi serta menemani nya saat tidur, ada juga yang menggunakan susu atau alkohol agar dapat direlaksasikan semua beban pikiran dan perasaan saat suasana tidur.

Penulis juga mengumpulkan data dari buku yang ditulis oleh Pittman and Karle (2015) yang menyebutkan bahwa aktivitas seorang yang mengalami panik adalah biasa disebut dengan stres (hlm 84). Gejala stres tersebut dapat terjadi karena otak manusia mempunyai organ yang disebut dengan *amygdala*.

Amygdala adalah sistem dalam otak manusia yang menyebabkan manusia untuk berperasaan dan bertindak laku. Setiap manusia memiliki jaringan *amygdala* untuk mengontrol emosi seseorang dalam bertindak dan melakukan sesuatu. Menurut Pittman and Karle (2015), gejala panik dapat dialami oleh orang yang mudah cemas atau yang memiliki *anxiety* (hlm 86). Ciri- ciri mereka saat mengalami kecemasan dan panik adalah dengan berkeringat, bernapas tersengal-sengal, pusing, dan *trembling* atau tangan bergemetar (Pittman and Karle, 2015, hlm 87). Panik sendiri juga dapat diderita orang lain sampai 30 menit lamanya, perasaan tersebut seperti tidak nyata dan seperti orang gila yang ingin meninggal.

Pittman and Karle (2015), juga menyebutkan bahwa terdapat semacam “*trigger*” atau pemicu yang dapat menyebabkan orang tersebut mengalami *physical response* yang dapat terjadi seketika *amygdala* tersebut meluap (hlm 86). Seseorang yang panik adalah mengandalkan situasi yang menurutnya sudah baik namun, banyak tempat-tempat atau lokasi yang tidak biasa atau asing baginya. Sehingga hal tersebut dapat disebut sebagai *agoraphobia* atau panik yang meningkat saat berada di situasi yang tidak seharusnya terjadi atau situasi yang memaksanya untuk bertahan dan mendesak sehingga tidak ada jalan keluar. Pittman and Karle (2015) juga menjelaskan bahwa panik juga dapat terjadi jika seseorang mengalami perubahan pola hidup atau stress (hlm 87).

Perubahan saat ini umumnya terjadi karena seseorang belum pernah merasakan atau terjun langsung pada sesuatu hal sehingga mengalami semacam kaget dan terkejut saat mendapati reaksi yang sedemikian rupa tidak diinginkan oleh orang tersebut. Setelah itu, penderita panik juga saat mengeluarkan emosi

paniknya, seringkali mereka merasakan emosi yang telah habis percuma dan menyebabkan kelelahan yang berlebihan. Menurut Pittman and Karle (2015), seseorang yang mengalami rasa panik, ada rasa ingin untuk menyakitkan orang lain disekitarnya, dorongan dalam diri untuk melarikan diri, dan ketidakmampuan seseorang dalam bertindak atau mengambil tindakan apapun (hlm 88).