

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Tinjauan Karya Sejenis**

Berikut ini adalah beberapa karya dalam format video terdahulu yang ditemukan oleh penulis yang masih berkaitan dengan topik dalam pembuatan karya ini. Hasil karya tersebut menjadi panduan penulis dalam membuat karya ini dengan tujuan untuk memperoleh ilmu dalam pembawaan acara, teknik pengambilan gambar, suara, dan editing yang diperlukan untuk karya ini.

##### **2.1.1 Mighty Car Mods**



*Sumber: Car Throttle*

Gambar 2.1 Logo Mighty Car Mods

Mighty Car Mods merupakan salah satu saluran otomotif terbesar yang ada pada kanal berbagi video *YouTube*. Saluran ini membahas mengenai modifikasi mobil yang dilakukan untuk menaikkan performa dari mobil namun dilakukan secara *DIY (Do It Yourself)*. Modifikasi yang dilakukan biasanya cukup sederhana agar dapat dilakukan sendiri tanpa harus menggunakan jasa bengkel. Saluran ini dibawakan oleh dua orang *host* yang melakukan modifikasi secara bersama dan biasanya akan dibuatkan beberapa segmen untuk satu mobil agar mendapatkan cerita dibalik modifikasi yang dilakukan. Mobil-mobil yang dipilih untuk dimodifikasi adalah mobil tua dan yang memang biasa dipakai sehari-hari oleh masyarakat juga terkadang hingga ke mobil kelas *sports car*.

Sebelum melakukan modifikasi, dua pembawa acara ini akan mendaftarkan apa saja yang perlu untuk dimodifikasi dan diperbaiki dari mobil yang dipilih. Ketika melakukan modifikasi, penentuan merek dari suku cadang, harga dari parts, dan tempat untuk membeli parts yang digunakan akan diperlihatkan secara jelas hingga cara pemasangan yang benar. Ketika mobil telah dimodifikasi dan memenuhi aspek yang diinginkan, maka kedua pembawa acara ini akan melakukan ujicoba kendaraannya dan memberikan kesimpulan atas modifikasi yang dilakukan. Tidak hanya melakukan modifikasi sendiri, mereka juga melakukan modifikasi dengan mendatangi beberapa bengkel yang memang ahli dalam melakukan modifikasi yang sedang

diinginkan. Selain modifikasi, mereka juga membahas mengenai restorasi mobil yang sudah berumur cukup tua. Sejak awal mereka membuat *channel* di *YouTube*, mereka telah memiliki sebanyak 544 video dalam 12 *playlist* berbeda.

Acara ini dijadikan referensi oleh penulis untuk melihat cara gaya pembawa acara dalam membawakan acara tersebut, karena pada *channel* ini bisa membawakan suatu acara dengan santai tetapi tidak membosankan.

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Gaya pembawa acara yang membawakan acara sangat santai sehingga membuat acara menjadi tidak membosankan.	Modifikasi yang dilakukan dilakukan kebanyakan untuk mobil yang digunakan untuk seperti balap. Jarang mereka memodifikasi
2.	Memberikan informasi yang mendalam dan juga lengkap tentang modifikasi apa yang sedang dilakukan pada mobil termasuk suku cadang yang digunakan.	CG pada video masih sangat kurang sehingga audiens harus terus menerus menyaksikan dan mendengarkan tayangan, dan tidak bisa membaca pada layar.

*Sumber: Dokumentasi Penulis*

**Tabel 2.1** Kelebihan dan Kekurangan Mighty Car Mods

### 2.1.2 Garasi Drift



*Sumber: YouTube Garasi Drift*

Gambar 2.2 Logo Garasi Drift

Program acara yang dijadikan referensi oleh penulis selanjutnya adalah “Garasi Drift”. *Channel* ini juga merupakan salah satu saluran otomotif yang berasal dari Indonesia. Garasi Drift ini dipandu oleh dua bersaudara yaitu Dipo dan Ziko. Topik yang biasa dibahas pada saluran ini lebih mengarah kepada modifikasi yang dilakukan di mobil pribadi mereka yaitu, Nissan Silvia, Skyline, Subaru Exiga, dan beberapa mobil lainnya. Mereka melakukan modifikasi secara mandiri selama hal yang dilakukan masih bisa untuk dikerjakan sendiri. Namun, apabila memang modifikasi yang dilakukan sudah harus dilakukan oleh ahlinya, mereka juga akan menyerahkan kepada bengkel-bengkel yang memang memiliki kemampuan dibidangnya.

Tidak hanya modifikasi, mereka juga mengulas mobil-mobil langka yang sudah dimodifikasi seperti Honda S2000, Nissan GTR R34, dan Toyota Supra. Mereka membahas mulai dari sisi eksterior seperti bodi mobil, warna cat, aksesoris yang ditambahkan, dan juga velg. Kemudian mereka membahas sisi interior seperti jok dan juga dashboard. Selanjutnya setelah mereka telah mengulas mobil secara lengkap hingga ke bagian mesin, mereka akan mencoba membawa jalan mobil yang sedang dibahas di jalanan untuk mendapatkan impresi berkendaranya. Sejak kemunculan Garasi Drift di *YouTube*, *channel* ini telah memiliki sekitar 170 video.

Saluran *YouTube* ini dijadikan referensi oleh penulis karena Garasi Drift memiliki teknik pengambilan gambar yang sangat menarik. Sehingga gambar yang ditunjukkan tidak membosankan dan dapat menampilkan suatu barang secara bagus. Selain itu penulis juga menilai proses mengedit dari Garasi Drift sangat bagus.

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Teknik pengambilan gambar dari setiap video yang ditayangkan sangat menarik, dan juga teknik penyuntingan gambar dari Garasi Drift sangat menarik dan dapat dinikmati	Tidak menampilkan informasi terkait dengan harga dari parts yang sedang digunakan, sehingga audiens atau penonton tidak memiliki gambaran terkait harga dari suku cadang tersebut.

2.	Menampilkan langkah modifikasi secara bertahap beserta bengkel mana saja yang dipercaya untuk membantu mereka dalam proses modifikasi.	Mereka jarang sekali memodifikasi mobil yang umum bagi para audiens. Mereka lebih sering memodifikasi mobil berjenis <i>sport</i> .
----	--	---

*Sumber: Dokumen Penulis*

Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan Garasi Drift

### 2.1.3 Gofar Hilman



*Sumber: Youtube Gofar Hilman*

Gambar 2.3 Poster Sekutomotif

Seorang konten kreator bernama Gofar Hilman juga membahas mengenai modifikasi mobil salah satunya adalah konten creator yang berasal dari Indonesia yaitu Gofar Hilman. Gofar merupakan salah satu penyiar radio yang cukup terkenal di Indonesia, ia membuat saluran

*YouTube* untuk mengabadikan aktivitas sehari-harinya. Namun ia juga membuat segmen khusus yang membahas mengenai otomotif yaitu Segmen “Sekutomotif”. Dimana pada segmen ini, Gofar memodifikasi mobil yang ia miliki dari kondisi benar-benar standar hingga sesuai dengan keinginannya. Pada saat melakukan proses modifikasi, ia juga menjelaskan mengenai nama bengkel, nama suku cadang dan aksesoris yang digunakan beserta harganya hingga darimana ia mendapatkan barang tersebut.

Mobil-mobil yang dimodifikasi pun cukup beragam mulai dari mobil SUV, *hatchback* dan juga MPV seperti Mitsubishi Delica yang baru saja ini dimodifikasi. Modifikasi yang dilakukan juga cukup menyeluruh, dari sektor interior, eksterior, dan juga mesin. Setiap mobil yang dimodifikasi pada segmen Sekutomotif ini memiliki gaya yang berbeda-beda, misalkan untuk mobil Mitsubishi Delica yang sedang dimodifikasi dengan gaya rally look, kemudian BMW 5 Series E39 Wagon yang dimodifikasi dengan mengusung gaya *stance*. Penentuan gaya tersebut juga ia tentukan setelah melihat referensi dari berbagai sumber seperti majalah dan internet.

Sejak kemunculannya di *YouTube*, Gofar telah mempunyai 187 video untuk *playlist* Sekutomotif. Penulis memilih chanel ini sebagai salah satu referensi dalam pembuatan program acara Ride In Style ini karena Gofar Hilman dapat membawakan acaranya secara santai dan tidak kaku. Selain itu referensi bengkel dan juga modifikasi

yang lengkap berikut dengan harganya juga selalu diinformasikan kepada audiens.

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Informasi mengenai langkah modifikasi, harga suku cadang, dan nama bengkel diinformasikan secara lengkap	Modifikasi hanya pada mobil tertentu saja. Karena modifikasi hanya dilakukan pada mobil yang dimiliki
2.	Pembawaan yang santai dan juga diselingi candaan yang membuat acara menjadi terasa tidak membosankan.	

*Sumber: Dokumentasi Penulis*

**Tabel 2.3** Kelebihan dan Kekurangan Gofar

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Jurnalisme Otomotif

Berdasarkan ahli pengertian jurnalisme atau jurnalistik memiliki makna yang sama meskipun berbeda istilah. Seperti yang disampaikan oleh Romli (2001, p. 70), jurnalistik adalah suatu kegiatan dengan unsur meliput,



membuat, dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dengan beragam pandangan (*views*) kepada khalayak melalui beragam saluran media massa. Begitu juga menurut Suhandang (2004, p. 21), bahwa jurnalistik adalah sebuah kegiatan seni dan keterampilan untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang suatu peristiwa yang terjadi sehari-hari untuk memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayak, sehingga dapat terjadi perubahan sikap, sifat, penapat, dan perilaku khalayak sesuai pemikiran sang jurnalis (pembuat berita).

Dengan begitu pengertian umum jurnalistik adalah segala kegiatan yang melibatkan pengumpulan suatu data atau informasi mengenai suatu peristiwa yang dilakukan oleh wartawan atau jurnalis, yang kemudian akan ditulis dan diinformasikan atau dipublikasikan kepada masyarakat demi kepentingan publik. Berkaitan dengan otomotif, segala informasi yang disampaikan oleh jurnalis adalah hal-hal yang berkaitan dengan kendaraan, baik mobil, motor, dan kendaraan jenis lainnya mulai dari kabar perlisian, spesifikasi kendaraan, harga, hingga impresi yang didapat saat mengendarai kendaraan tersebut. Namun sebenarnya tak hanya dari kendaraan, pemberitaan mengenai otomotif juga bisa dari sisi acara dengan tema terkait, misalkan seperti ajang balap atau pameran.

Dalam melakukan praktik jurnalistik, perlu memperhatikan nilai berita untuk melihat apakah suatu peristiwa perlu untuk di beritakan. Berikut merupakan teori mengenai nilai berita. Menurut Baksin (dalam musman & mulyadi, 2017, p. 114-116), tidak semua peristiwa dapat atau pantas untuk

dilaporkan kepada masyarakat luas. Harus ada nilai berita yang terkandung dalam suatu laporan yang ingin disampaikan. Ada beberapa unsur untuk menjadi tolak ukur layak atau tidaknya suatu peristiwa untuk dilaporkan adalah:

Penting. Informasi yang penting untuk membantu para khalayak untuk menjalankan kehidupan sehari-hari perlu untuk dilaporkan.

- a.* Akurat. Sebuah informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat harus dicek terlebih dahulu kebenarannya.
- b.* Kedekatan. Berita yang mengandung unsur kedekatan baik dari kedekatan psikologis, maupun kedekatan geografis. Semakin suatu peristiwa dirasakan semakin dekat dengan psikologis seseorang, baik pikiran, perasaan, dan kejiwaan, semakin tertarik seseorang untuk menyaksikan peristiwa tersebut.
- c.* Dampak. Unsur berita yang dapat membeikan dampak terhadap audiens atau masyarakat luas. Semakin besar dampak dari suatu peristiwa maka, akan semakin tinggi juga nilai dari suatu berita.
- d.* Kemajuan. Suatu informasi mengenai kemaujuan ilmu pengetahuan sangat penting untuk dilaporkan kepada khalayak untuk mengetahui perkembangan dan kemajuan peradaban.

Jika sebuah tayangan sudah memiliki nilai berita maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses wawancara. Menurut Sudaryono (2016, p. 82), wawancara merupakan suatu cara dalam melakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Teknik wawancara dapat digunakan ketika ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam dengan jumlah responden yang sedikit. Metode wawancara sangatlah efektif untuk mengumpulkan suatu informasi secara lengkap. Teknik wawancara juga dapat didukung dengan menggunakan alat perekam suara, sehingga informasi yang telah diperoleh dapat tersimpan.

Pada metode ini terjadi tanya jawab dalam membahas suatu topik antara narasumber dengan informan (dalam Musman & Mulyadi, 2017, p. 165) maka dapat disimpulkan perlunya dua individu atau lebih untuk melakukan suatu wawancara. Wawancara dilakukan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara langsung. Menurut Riduwan (dalam Sudaryono, 2016, p. 82), wawancara dapat dilakukan juga dapat dilakukan secara kelompok apabila diperlukan untuk menghimpun data dari suatu kelompok seperti melakukan wawancara dengan suatu keluarga, yayasan, dan lain sebagainya. Diharapkan pewawancara atau individu yang ingin mengumpulkan suatu informasi harus memberikan dan menyampaikan pertanyaan secara jelas dan mencatat semua informasi yang dibutuhkan dengan benar. Kemudian untuk responden atau narasumber diharapkan dapat memberikan informasi secara jelas dan lengkap.

Adapun beberapa macam teknik wawancara yang dapat digunakan oleh pewawancara menurut Donald Ary (dalam Sudaryono, 2016, p. 83) adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Terpimpin

Pada teknik wawancara ini, pertanyaan akan diajukan oleh pewawancara sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelum melakukan wawancara.

b. Wawancara Bebas

Teknik wawancara ini, wawancara akan berjalan dengan adanya tanya jawab secara bebas antara pewawancara dengan responden, tetapi pewawancara akan tetap menggunakan tujuan penelitian sebagai pedoman dalam melakukan wawancara. Dengan teknik wawancara seperti ini akan membuat hubungan antara narasumber dengan pewawancara akan menjadi lebih cair. Sehingga responden atau narasumber tidak menyadari sepenuhnya bahwa ia sedang diwawancarai.

c. Wawancara Bebas Terpimpin

Teknik wawancara ini merupakan gabungan antara teknik wawancara bebas dengan teknik wawancara terpimpin. Dalam pelaksanaannya, pewawancara hanya akan membawa pedoman yang akan hanya menjadi garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan. Disini pewawancara masih dapat menggunakan daftar pertanyaan, namun jika narasumber memberikan jawaban atau

informasi yang terbuka, pewawancara dapat menggunakan kesempatan tersebut untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam.

Untuk skripsi berbasis karya ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin. Teknik wawancara ini digunakan untuk membangun keakraban dengan narasumber, namun informasi dan data yang didapatkan dapat diperoleh secara lengkap,

### **2.2.2 Youtube sebagai Media Baru Memperoleh Informasi**

Menurut McQuail (2010, p. 163) Media baru merupakan beragam teknologi komunikasi yang memiliki beberapa fitur. Keberagaman dari perangkat teknologi ini lah yang menyebabkan media baru menjadi berdampak bagi media lama.

Menurut Morissan (2008, p.213) program hiburan adalah segala bentuk tayangan yang memiliki tujuan untuk menghibur, baik dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Maka dapat disimpulkan dari pengertian tersebut bahwa situs berbagi video *YouTube* merupakan media yang memang dapat dinikmati oleh individu dalam bentuk tayangan gambar yang bersamaan dengan adanya audio, sehingga informasi yang disampaikan melalui media dapat diterima dengan baik, dan juga dapat menjadi sebuah hiburan.

Pada era kini, masyarakat sudah sangat mengenal situs berbagi video *YouTube* sebagai salah satu media hiburan yang dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat. Terkait dengan situs *YouTube* untuk otomotif, ada beberapa *channel* dari luar negeri yang membahas mengenai modifikasi mobil. Salah satunya merupakan *channel* “Mighty Car Mods”. Di *channel* tersebut, ditayangkan proses memodifikasi suatu kendaraan yang khususnya sudah memiliki umur yang cukup tua sehingga dapat kembali ke kondisi yang cukup baik untuk dikendarai. Di Indonesia sendiri *channel* yang membahas mengenai modifikasi kendaraan dengan *channel* yang membahas mengenai modifikasi melalui *YouTube* masih sangat sedikit, salah satu yang sudah memulai untuk melakukan modifikasi dan menyebarkannya melalui *YouTube* adalah *channel* “Garasi Drift”. *Channel* ini membahas modifikasi yang dilakukan pada mobil sport yang bisa digunakan untuk keperluan aktifitas sehari-hari.

Melalui program acara tersebut, banyak sekali informasi yang bisa didapatkan oleh masyarakat, mulai dari spesifikasi, biaya modifikasi, hingga barang apa saja yang menjadi bahan untuk melakukan modifikasinya. Untuk segi hiburan, masyarakat dapat menikmati keindahan dari hasil mobil yang telah dimodifikasi, dan juga sedikit candaan dari pembawa acara dan narasumber yang ada.

### 2.2.3 Jurnalisme Videografi

Videografi adalah media untuk merekam atau mengabadikan suatu kejadian yang dibuat dalam sebuah sajian gambar dan suara bergerak yang dapat kita nikmati di kemudian hari, baik sebagai suatu kenangan ataupun sebagai bahan pembelajaran untuk ilmu pengetahuan yang nantinya akan diteruskan kepada audiens atau masyarakat. Hasil dari videografi adalah video. Menurut Stockman (2011, p. 26), sebuah film ataupun video yang baik adalah sebuah alat komunikasi yang mampu menghibur penontonnya, dan yang membuat penonton itu tetap bertahan dan tidak mudah meninggalkan video tersebut.

Dengan menggabungkan pengertian dari jurnalisme sebelumnya, Jurnalisme Videografi berarti proses penyampaian suatu informasi atau berita dari hasil liputan yang dilakukan jurnalis melalui video. Mengamati perkembangan zaman saat ini, teknologi yang muncul juga semakin canggih, sehingga Jurnalisme Videografi dapat dibuat oleh seorang jurnalis secara individu hanya dengan menggunakan sebuah kamera dari gawai, baik *smartphone* atau teknologi selain kamera. Hal tersebut dapat meningkatkan efisiensi dalam pembuatan suatu karya dan juga dalam tahap pengumpulan informasi sampai dengan penyebarannya melalui berbagai media.

Pengambilan gambar pada suatu proses pembuatan karya program acara sangat penting. Pengetahuan mengenai teknik pengambilan gambar seperti ini harus dibekali kepada juru kamera dan juga produser untuk membuat bagaimana gambar akan terlihat, bagaimana latar belakangnya,

berapa objek yang ada pada gambar, dan sebagainya. Teknik ini akan mempengaruhi isi dari gambar dan juga informasi yang ingin disampaikan oleh produser.

Menurut Baksin (2009, p. 120) ada lima hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar, adapun lima hal dibagi menjadi berikut:

- a. *Camera Angle* (sudut pengambilan gambar) yaitu posisi kamera pada saat pengambilan gambar. Karena tiap sudut yang dipilih memiliki makna tertentu pada maksud dari gambar yang diambil.
- b. *Frame size* (ukuran gambar) ukuran *shot* untuk memperlihatkan situasi objek yang bersangkutan.
- c. Gerakan kamera, yaitu posisi kamera bergerak, sementara objek diam.
- d. Gerakan objek, yaitu posisi kamera diam, tetapi objek bergerak
- e. Komposisi, yaitu bagaimana cara menempatkan gambar pada tempat yang baik dan juga enak untuk dilihat.

Lalu menurut Baksin (2009, p. 120-123) Untuk *camera angle* posisi kamera pada saat melakukan pengambilan gambar akan berpengaruh juga pada pesan yang ingin disampaikan. Sudut pengambilan gambar dibagi menjadi lima sudut yaitu sebagai berikut:

- a. *Bird Eye View*



Gambar yang direkam berada pada posisi di atas objek, hasil dari rekaman dengan teknik ini memperlihatkan lingkungan yang luas disekitar objek.

b. *High Angle*

Kamera akan berada diatas objek, namun berbeda dengan *bird eye view*, sudut pengambila gambar ini lebih rendah. Maksud dari sudut pengambilan gambar ini membuat objek menjadi “dilemahkan atau dikerdilkan”

c. *Low Angle*

Untuk sudut pengambilan gambar ini, kamera akan berada di bawah objek. Hal ini dimaksudkan untuk membuat objek menjadi “lebih besar”

d. *Eye Level*

Teknik pengambilan gambar ini menempatkan kamera sejajar dengan objek. Hasilnya akan memperlihatkan tangkapan mata seseorang yang berdiri sejajar atau mempunyai ketinggian yang sama. Teknik pengambilan gambar tidak memiliki maksud tertentu, tetapi komposisi dari objek sangat perlu diperhatikan agar objek bisa dilihat dengan nyaman.

e. *Frog Eye*

Kamera pada teknik pengambilan gambar ini berada pada alas dari sebuah objek. Dengan teknik ini, objek terlihat menjadi “besar”. Teknik ini memiliki kesan yang dramatis. Selain dari

sudut pengambilan gambar, dalam Baskin (2009, p. 125-128) ukuran gambar juga penting untuk memperlihatkan situasi dari objek. Adapun beberapa macam ukuran gambar, diantaranya:

a. ECU (*Extreme Close Up*)

Ukuran dari gambar ini sangat dekat sekali, hanya beberapa bagian yang ingin difokuskan seperti mata, hidung, atau tangan saja. Fungsi dari ukuran gambar ini adalah menunjukkan detail dari suatu objek.

b. BCU (*Big Close Up*)

Ukuran dari gambar ini bisa dilihat dari batas kepala hingga dagu dari objek. Fungsi dari ukuran gambar ini adalah ingin menunjukkan ekspresi tertentu dari objek.

c. CU (*Close Up*)

Gambar diambil dari batas kepala hingga leher bagian bawah dari objek. Fungsi ataupun makna dari ukuran gambar ini adalah ingin memberikan gambaran dari suatu objek secara jelas.

d. MCU (*Medium Close Up*)

Ukuran dari gambar ini mengambil bagian dari kepala hingga dada bagian atas dari objek. Makna dari ukuran gambar ini adalah untuk mempertegas “profil” dari objek.

e. MS (*Mid Shot*)

Gambar yang diambil berukuran dari kepala hingga pinggang atau perut bagian bawah. Fungsi dari ukuran gambar ini adalah untuk memperlihatkan sosok objeknya.

f. KS (*Knee Shot*)

Ukuran dari gambar ini adalah dari batas kepala hingga lutut, dan makna dari ukuran gambar ini masih sama dengan Mid Shot yaitu untuk menunjukkan sosok dari objek.

g. FS (*Full Shot*)

Batas dari ukuran gambar ini adalah dari kepala hingga kaki. Makna dari ukuran gambar ini adalah untuk memperlihatkan objek dengan lingkungan sekitarnya.

h. LS (*Long Shot*)

Ukuran gambar ini mengambil objek secara penuh berikut dengan latar belakangnya. Fungsi dari ukuran gambar ini adalah untuk lebih menonjolkan objek dengan latar belakangnya

i. 1 S (*One Shot*)

Pada ukuran gambar ini, gambar yang diambil hanya satu objek. Fungsinya adalah untuk memperlihatkan seseorang dalam frame.

j. 2 S (*Two Shot*)

Pada teknik ini, pengambilan gambar dilakukan dengan mengambil dua objek. Makna dari teknik ini adalah untuk memperlihatkan dua objek yang sedang saling bebincang.

k. 3 S (*Three Shot*)

Teknik ini mengambil tiga objek sekaligus. Fungsinya adalah untuk menunjukkan tiga orang yang sedang berinteraksi.

l. GS (*Group Shot*)

Pengambilan gambar ini melibatkan banyak objek. Fungsinya adalah untuk menunjukkan objek lebih dari tiga orang yang sedang saling berinteraksi.

Selain itu, terdapat juga pergerakan kamera seperti dalam Baskin (2009 p. 129-132) ada beberapa jenis pergerakan kamera, antara lain:

a. *Zoom in/zoom out* (mendekat atau menjauh)

Pada teknik ini, kamera tidak bergerak, melainkan tombol *zooming* atau lensa yang digerakkan sehingga menimbulkan efek tampilan objek menjauh apabila tombol *zooming* ditekan ke belakang. Begitu juga sebaliknya, apabila tombol *zooming* ditekan kedepan, maka akan menimbulkan efek objek semakin mendekat.

b. *Tilting*

*Tilting* merupakan pergerakan kamera yang dilakukan secara vertikal. *Tilting* dibagi menjadi dua cara yaitu, pergerakan kamera dari bawah ke atas disebut *tilt-up*, dan dari atas ke bawah yang disebut dengan *tilt-down*.

c. *Panning*

*Panning* adalah pergerakan kamera yang bergerak secara horizontal baik ke kiri maupun kanan. Jika kamera bergerak ke kiri disebut dengan *pan left*. Begitu juga sebaliknya, apabila kamera bergerak ke kanan, maka disebut dengan *pan right*.

Kemudian terdapat gerakan objek, yang berarti kamera tetap diam pada posisinya, dan objek yang bergerak. Menurut Baksin (2009, p. 132-134) ada beberapa gerakan objek yaitu:

a. Objek sejajar dengan kamera

Pada teknik ini, objek harus sejajar dengan kamera, baik ke depan, belakang, kiri, maupun kanan. Kamera harus tetap mengikuti objek dengan cara menggunakan alat bantu seperti tripod.

b. Walk in/Walk away

Jika objek bergerak mendekati kamera, maka akan disebut dengan *walk in*, dan sebaliknya apabila objek bergerak menjauhi kamera maka disebut dengan *walk away*.

c. Framing

*Framing* dimaksudkan dengan masuknya objek ke dalam *frame* yang awal mulanya masih kosong. Jika objek bergerak memasuki *frame* maka disebut dengan *in-frame*, namun apabila objek bergerak keluar dari *frame* maka disebut dengan *out-frame*

Suatu gambar juga perlu untuk memperhatikan keseimbangan dalam sebuah *frame* yang ditentukan oleh suatu komposisi. Menurut Baksin (2009, p. 136) komposisi suatu gambar dalam suatu *frame* ditentukan oleh tiga faktor yaitu:

a. *Headroom*

*Headroom* merupakan jarak yang berada di antara kepala dan *frame* kamera. *Headroom* harus sangat diperhatikan untuk membuat gambar nyaman untuk dilihat. Proporsi dari jarak *frame* kamera dengan kepala harus disesuaikan, tidak boleh terlalu jauh maupun terlalu dekat. Karena pada umumnya objek bergerak, maka perlu mengikuti pergerakan dari objek untuk mendapatkan komposisi gambar yang baik.

b. *Noseroom*

*Noseroom* diartikan juga sebagai jarak pandang dari seseorang terhadap objek lain. Ini berlaku untuk kiri maupun kanan. Komposisi dari gambar harus baik untuk segi *noseroom*, karena dengan *noseroom*, menandakan seseorang sedang melakukan interaksi dengan objek lain. Jika objek sedang melihat

kearah kanan, maka noseroom lebih banyak berada disisi kanan, begitu juga sebaliknya.

c. *Looking Space*

Komposisi ini digunakan ketika objek sedang melakukan pergerakan, misalkan seseorang sedang berjalan, maka perlu disisakan ruangan didepan atau arah seseorang tersebut sedang bergerak. Ruang di depan orang yang sedang berjalan itulah yang disebut dengan *looking space*. Sedangkan bagian belakang pada orang yang sedang berjalan disebut dengan *back space*.

Setiap pengerjaan dalam suatu proses produksi video, perlu terlebih dahulu untuk masuk dalam tahap penyuntingan. Menurut Stockman (2011, p. 189), cara untuk melakukan penyuntingan yang paling mudah ketika seseorang telah mengambil sebuah video adalah dengan menghapus bagian yang tidak diinginkan. Karena memang teknik menyunting atau mengedit pada dasarnya hanya menghapus bagian tidak penting. Ketika seseorang telah menghapus bagian yang tidak penting atau yang tidak diinginkan, maka hanya akan tersisa bagian yang hanya kita inginkan.

Untuk proses mengedit tidak hanya sekedar menghapus bagian yang tidak diinginkan, Namun juga seorang penyunting perlu untuk menambahkan beberapa hal seperti, teks, suara, dan juga efek tertentu untuk membuat video menjadi lebih menarik dan juga informatif untuk audiens. Sebuah proses penyunting juga perlu adanya arahan dari seorang produser yang mengarahkan suatu acara.