



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 Desain Grafis

Desain grafis memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan. Robin Landa (2014) dalam buku *Graphic Design Solutions* menulis bahwa desain grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk memberikan pesan atau informasi kepada pembaca, mudah dibaca, dan mempengaruhi orang lain. Ilmu ini bisa digunakan untuk menyelesaikan masalah seperti komersial, sosial, edukasi, budaya, eksperimen, ataupun politik.

2.1.1. Elemen Desain

Dalam membuat sebuah desain, dibutuhkan elemen-elemen yang mendukung dalam menyampaikan pesan dan ekspresi. Menurut Robin Landa (2014), elemen desain berbentuk dua dimensi terdiri dari garis, bentuk, warna dan tekstur.

2.1.1.1. Line

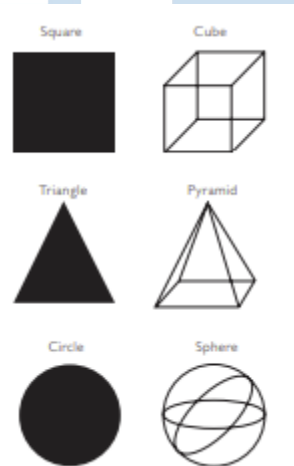
Sebuah garis adalah titik yang diperpanjang. Bisa terbentuk dengan menggambar melintang pada sebuah permukaan. Garis dapat dibentuk dengan berbagai macam alat, seperti pensil, kuas, pen ataupun alat digital pada perangkat lunak. Sebuah garis dapat diketahui dengan ukurannya yang panjang, bukan ukuran lebar.



Gambar 2.1 Garis
Sumber: Landa (2014)

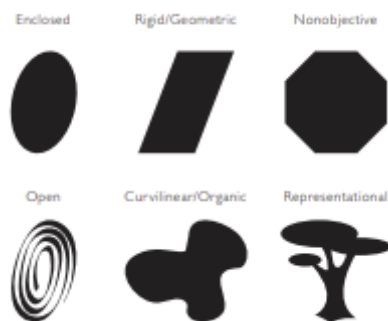
2.1.1.2. Shape

Garis yang saling bertemu akan menghasilkan sebuah bentuk. Pada umumnya bentuk adalah garis yang tertutup. Selain itu, bentuk bisa terbuat dari warna, garis, atau tekstur. Pada umumnya sebuah bentuk bersifat datar, artinya berbentuk dua dimensi dan dapat diukur sesuai tinggi dan lebarnya. Semua bentuk secara esensi berasal dari kotak, segitiga, dan lingkaran. Ketiga bentuk tersebut jika ditambahkan *volume* akan membentuk kubus, piramida dan bola.



Gambar 2.2 Bentuk Dasar
Sumber: Landa (2014)

Selain itu terdapat jenis-jenis bentuk seperti *enclosed*, *geometric*, *nonobjective*, *open*, *organic*, dan *representational*.



Gambar 2.3 Jenis-jenis Bentuk
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.3. Color

Warna berperan penting dalam menciptakan sebuah desain. Sebuah warna bisa dihasilkan dengan cahaya. Lingkungan yang penuh dengan warna merupakan hasil pantulan cahaya atau pantulan warna. Warna memiliki tiga kategori, yakni *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* menjelaskan nama dari setiap warna seperti merah, biru, atau hijau. Selain menentukan warna, *Hue* juga merujuk pada warna yang terlihat dingin atau panas. *Value* menciptakan tingkat warna menjadi lebih gelap atau lebih terang. Hasilnya seperti merah tua atau biru muda. Sedangkan *saturation* adalah tingkat kecerahan atau kepedaran pada sebuah warna.

2.1.1.4. Texture

Benda yang bisa kita rasakan dan merepresentasikan kualitas permukaan merupakan sebuah tekstur. Dalam buku *Graphic Design Solutions* karya Robin Landa (2014), tekstur terbagi atas dua kategori, yaitu *tactile* dan *visual*. *Tactile textures* memiliki kualitas tersendiri dan bisa dipegang ataupun diraba secara fisik. Biasa disebut sebagai *actual textures*.



Gambar 2.4 *Tactile Texture*
Sumber: Landa (2014)

Sedangkan *visual textures* merupakan ilusi dari tekstur asli yang terbuat dari tangan yang difoto atau di-*scan* dengan komputer. Kategori ini mendorong desainer untuk berkreasi dengan tekstur dalam berbagai cara.

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



Gambar 2.5 *Visual Texture*
Sumber: Landa (2014)

2.1.2. Prinsip Desain

Dalam menyusun, kita menggunakan prinsip dasar desain. Kombinasi antara tipografi, gambar dan visualisasi, dan elemen desain menciptakan prinsip desain pada setiap karya. Keseimbangan berperan penting untuk menciptakan stabilitas dalam sebuah komposisi. Terdapat empat prinsip desain menurut Landa (2014), yaitu:

2.1.2.1. Format

Format merupakan ibarat kata seperti lahan yang memiliki batas dalam mendesain. Media yang dimaksud seperti kertas, layar gawai, spanduk, dan sebagainya. Desainer grafis tentu akan membuat karya pada *format* yang berbeda-beda. Dengan mengetahui *format*, desainer akan lebih mudah untuk menempatkan elemen, foto dan tipografi pada lahan yang tersedia.

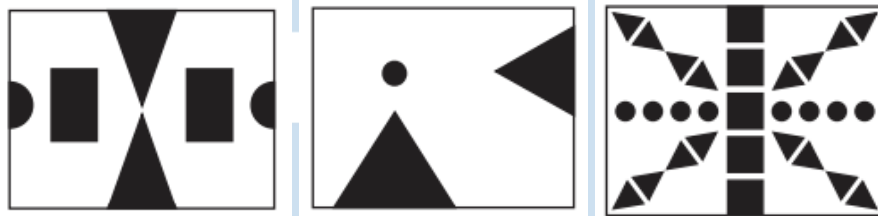


Gambar 2.6 *Aspect Ratios*
Sumber: Landa (2014)

2.1.2.2. Balance

Keseimbangan merupakan prinsip yang desainer akan pegang kuat karena menggunakan pergerakan fisik. Terbuat dengan cara menggunakan distribusi beban yang setara pada setiap sisi sehingga menciptakan titik

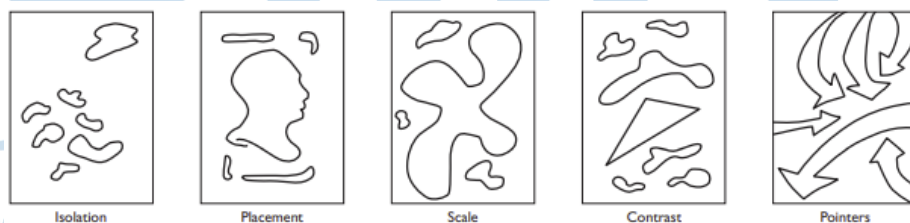
tengah dalam komposisi. Sebuah desain yang seimbang tentu berpengaruh dengan penglihatan pembaca. Pada umumnya manusia akan berpikir negatif apabila melihat ketidakseimbangan. Keseimbangan terbagi atas tiga jenis, yaitu simetri, asimetri, dan radial. Simetri adalah penyamarataan beban yang menciptakan sebuah cermin dimana kedua sisi memiliki elemen yang sama. Kalau asimetri tidak menghasilkan cermin melainkan menyeimbangkan dengan mengubah ukuran, posisi atau warna dari elemen. Sedangkan radial tercipta melalui kombinasi simetri horizontal dan vertikal.



Gambar 2.7 Jenis Keseimbangan
Sumber: Landa (2014)

2.1.2.3. Visual Hierarchy

Hirarki visual berfungsi untuk mengatur informasi pada desain. Agar pembaca bisa memahami informasi dengan tepat, desainer menggunakan prinsip ini agar bisa menempatkan semua elemen grafis sesuai dengan *emphasis*. *Emphasis* merupakan aturan yang digunakan untuk meminta pembaca melihat pertama kali. *Emphasis* merupakan hal yang krusial dalam hirarki visual karena jika *emphasis* diterapkan pada semua elemen, pembaca akan sulit mengetahui hal apa yang akan pertama kali dibaca. Akibatnya adalah kekacauan.



Gambar 2.8 *Emphasis*
Sumber: Landa (2014)

2.1.2.4. Rhythm

Masyarakat yang sering mendengarkan musik menganggap ritme sebagai ketukan yang menghasilkan sebuah pola. Serupa dengan musik, repetisi membantu pembaca untuk bergerak di sekitar desain. Repetisi terjadi jika mengulangi satu atau beberapa elemen visual dengan konsisten.

2.1.2.5. Unity

Kesatuan dalam sebuah desain bisa terjadi dengan menggabungkan elemen grafis yang berkaitan sehingga menciptakan sesuatu yang baru. Kesatuan membantu pembaca untuk melihat informasi dengan berkesinambungan sehingga tidak melihatnya seperti elemen yang tidak dari bagiannya. Istilah yang sering digunakan adalah *Gestalt*, dalam bahasa Jerman untuk “bentuk”.

2.1.3. Grid

Grid merupakan panduan dalam membuat struktur komposisi yang terdiri dari garis vertical dan horizontal sehingga menciptakan pembagian antara *column* dan *margin* (Landa, 2014). Penggunaan *grid* sangat membantu dalam mengatur sebuah tulisan ataupun gambar. Selain itu, *grid* juga membantu dalam membuat cetakan fisik ataupun digital. Dalam pembuatan *grid* terdapat 3 jenis, yaitu *single column grids*, *multicolumn grids*, dan *modular grids*.

1) *Single Column Grids*

Sederhananya, sebuah *single column grids* merupakan struktur yang dikelilingi oleh *margin*. *Grid* ini juga dikenal sebagai *grid* yang paling umum digunakan.

2) *Multicolumn Grids*

Penggunaan *multicolumn grids* biasa ditemukan pada komputer, *tablet*, dan telepon genggam.

3) *Modular Grids*

Modular Grids adalah sekumpulan *grid* yang terbentuk karena pertemuan antara *column* dan *flowlines*. Sebuah foto ataupun tulisan dapat memasuki beberapa *module*.

2.2 Media Informasi

Media informasi memiliki peran penting dalam menyebarkan sebuah informasi. Menurut Katz (2003), media adalah wadah untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat seperti hiburan, berita dan topik lainnya sesuai minat masyarakat. Katz juga melihat bahwa masyarakat memiliki tiga langkah dalam mengambil keputusan, yaitu:

A. Memikirkan

Pada langkah awal, masyarakat akan memikirkan apakah pilihan barang atau jasa tersebut baik atau buruk.

B. Merasakan

Langkah kedua, masyarakat akan mulai merasakan barang atau jasa yang dipilih agar tetap meyakinkan pilihan.

C. Melakukan

Jika sudah yakin, masyarakat tersebut langsung bertindak untuk menentukan barang atau jasa yang telah diberikan.

Agar penyebaran informasi bisa efektif, peneliti harus menentukan target sasaran terlebih dahulu supaya bisa memilih media yang tepat. Apabila target telah dipilih, kemudian peneliti akan lebih mudah menentukan media yang bisa menarik perhatian. Supaya mempermudah dalam menentukan media, dibutuhkan riset mengenai interaksi masyarakat dengan media serta media apa yang diminati. (hlm. 50-51)

2.2.1 Sinematografi

Sinematografi pertama kali muncul dari Yunani yang berarti “menulis dengan gerakan.” Kegiatan ini merupakan proses pengambilan ide, kata, tindakan emosi dan komunikasi verbal lainnya dan menggabungkan dalam bentuk visual (Brown, 2012). Teknik ini digunakan oleh *director* dan *director*

photography secara bersamaan ataupun sendiri. Brown menambahkan bahwa sinematografi tidak hanya sebatas fotografi, melainkan menggunakan ide dan hati untuk menentukan hal apa yang akan muncul di depan kamera.

2.2.2 The Frame

Istilah *the frame* sangatlah krusial dalam membuat sebuah film. Pengaturan ini menentukan adegan apa yang akan penonton lihat. Hal pertama yang dapat ditentukan adalah penempatan kamera yang memiliki relasi dengan alur cerita. Menurut Brown (2012) jika kita memikirkan sinematografi sebagai bahasa, menentukan *the frame* adalah kosa kata yang akan digabungkan menjadi sebuah kata dan frase yang utuh menjadi sebuah bahasa.



Gambar 2.9 *Frame* dari *Angel Heart*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3 Character Shots

Character shots merupakan cara pengambilan sebuah adegan dari karakter utama. Mayoritas film menceritakan tentang orang sehingga mereka menjadi objek utama untuk membuat sebuah film menarik. Brown (2012) membaginya menjadi beberapa jenis seperti:

2.2.3.2 Full Shot

Full shot menunjukkan bagian tubuh kepala hingga kaki. Hal ini tidak hanya sebatas untuk manusia saja, melainkan untuk benda-benda lainnya seperti kendaraan, binatang ataupun furnitur.



Gambar 2.10 *Full Shot*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.3 Two Shot

Two shot digunakan untuk memperlihatkan dua karakter dalam satu *frame*. Interaksi antara kedua karakter harus terlihat dengan jelas sebagai hal mendasar dalam menyampaikan pesan atau *storytelling*. Mereka bisa saling berhadapan, melihat ke kamera dan sebagainya.



Gambar 2.11 *Two Shot*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.4 Medium Shot

Jenis *shot* ini memiliki kemiripan dengan *full shot* hanya saja memperkecil ruang gambar. Biasanya bagian tubuh karakter terlihat dari kepala hingga pinggang. Tujuan dari *shot* ini adalah untuk menunjukkan ekspresi subjek sehingga penonton lebih merasakan dengan adegan tertentu.

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



Gambar 2.12 *Medium Shot*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.5 Close-ups

Merupakan salah satu *shot* terpenting dalam pengambilan film. Biasanya ekspresi karakter sangat ditonjolkan dalam *Close-ups*. Jenis *Close-ups* memiliki beberapa variasi seperti:

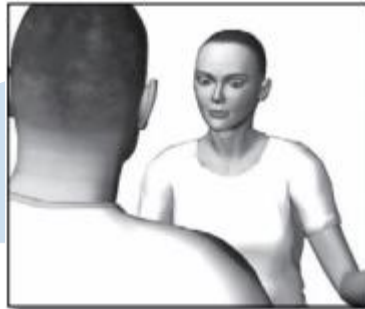
- A. *Medium Close-ups*: Mengambil bagian dada hingga kepala
- B. *Choker*: Mengambil bagian leher hingga kepala
- C. *Big Head Close-ups*: Mengambil bagian dagu hingga rambut. Sedikit memotong bagian atas kepala
- D. *Extreme Close-ups*: Mengambil bagian mulut dan mata



Gambar 2.13 *Close-ups*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.6 Over-the-shoulder

Over-the-Shoulder atau OTS merupakan salah satu variasi dari *close-up*. Posisi kamera ditempatkan di samping pundak subjek sehingga menunjukkan perspektif karakter sesuai pandangannya. Jenis *shot* ini digunakan jika ada dua karakter yang sedang berbicara.



Gambar 2.14 *Over-the-shoulder*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.7 **Cutaways**

Secara garis besar, *cutaways* adalah cara pengambilan film yang tidak menunjukkan karakter utama secara langsung, melainkan menggantinya dengan orang atau objek yang berkaitan. Definisi dari *cutaways* adalah sesuatu yang belum diperlihatkan dalam adegan sebelumnya. *Cutaways* bisa berguna untuk memberikan informasi lebih kepada penonton mengenai apa yang akan terjadi kepada karakter utama pada adegan selanjutnya.



Gambar 2.15 *Cutaways*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.8 **Reaction shot**

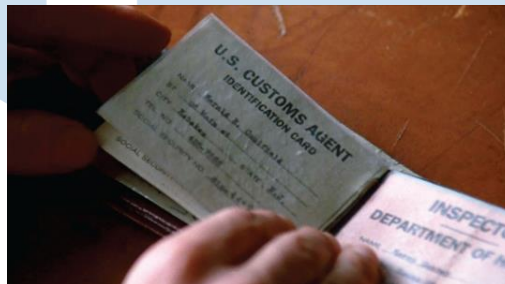
Sebuah jenis *shot* yang terfokus pada reaksi karakter. Biasanya terjadi jika ada adegan ataupun tindakan yang dilakukan karakter utama, kemudian langsung menunjukkan reaksi karakter lain dengan tindakan tersebut. Hal yang ingin ditunjukkan dalam *shot* ini adalah gestur dan ekspresi muka lawan. Film yang tidak menggunakan dialog atau *silent films* selalu memakai metode ini untuk menggantikan percakapan karakter.



Gambar 2.16 *Reaction Shot*
Sumber: Lancaster (2019)

2.2.3.9 Inserts

Inserts merupakan jenis yang berlawanan dengan *cutaways*. Pengambilan film ini difokuskan untuk menjelaskan hal yang lebih luas. Sebagai contoh: seorang perempuan sedang membaca buku. Kita bisa *shoot* bukunya dari pundak sehingga mempermudah penonton apa yang sedang dibacanya. Fungsi dari *shot* ini adalah untuk mempertahankan kelanjutan cerita agar tetap mengalir.



Gambar 2.17 *Inserts*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.10 Connecting shots

Connecting shots memiliki kemiripan dengan *two shots*. Perbedaan yang bisa diketahui adalah jenis *shot* ini menggabungkan dua karakter di lokasi yang berbeda. Jika *cameramen* tidak bisa mengambil kedua pemeran dalam satu *frame*, maka *connecting shots* adalah solusinya. Biasanya digunakan pada saat adegan seorang *sniper* yang ingin menembak orang di sebuah gedung.



Gambar 2.18 *Connecting Shots*
Sumber: Brown (2012)

2.2.3.11 Transitional shot

Seperti namanya sendiri, *transitional shots* adalah transisi dari satu adegan ke adegan yang berikutnya. *Shot* ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa sebuah adegan sudah selesai. Adegan seperti kota atau pemandangan alam biasa digunakan untuk *shot* ini.

2.2.4 Camera Movement

Dalam narasi pembuatan film, salah satu konsep utama dari pergerakan kamera harus memiliki motivasi. Motivasi diartikan sebagai pergerakan tidak hanya bergerak tanpa arti, melainkan meningkatkan nilai dari cerita tersebut. Menurut Brown (2012), motivasi bisa muncul dari dua cara. Pertama sebuah adegan memiliki motivasi untuk bergerak. Jika ada karakter yang ingin berdiri dari kursi ke tempat lain, tentu secara logika kamera harus mengikuti pergerakan tersebut. Kedua pergerakan tersebut harus punya tujuan. Contohnya pergerakan untuk memberitahu informasi baru atau pemandangan yang baru. Agar pergerakan tersebut bisa menceritakan dengan baik, berikut ini adalah tipe pergerakan kamera:

2.2.4.1 Pan

Pan kependekan dari panoramic dimana kamera bergerak dari kiri atau kanan yang membentuk garis horizontal. Pergerakan ini akan mudah jika menggunakan tripod atau dolly yang menahan kamera pada satu titik. Apabila pergerakan ini dilakukan dengan cepat, maka bisa menghasilkan pergerakan yang tidak mulus sehingga bisa mengganggu.

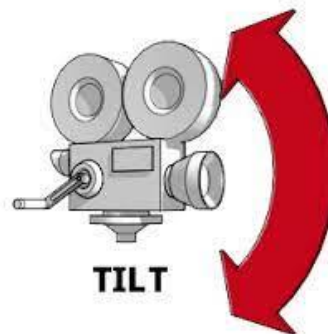


Gambar 2.19 *Pan*

Sumber: <https://planetinfocus.org/wp-content/uploads/2015/08/CAMERA-MOVEMENTS.pdf>

2.2.4.2 Tilt

Tilt merupakan pergerakan kamera dari atas atau bawah tanpa menggerakkan posisi kamera. Pergerakan ini dikhususkan untuk pergerakan vertikal.

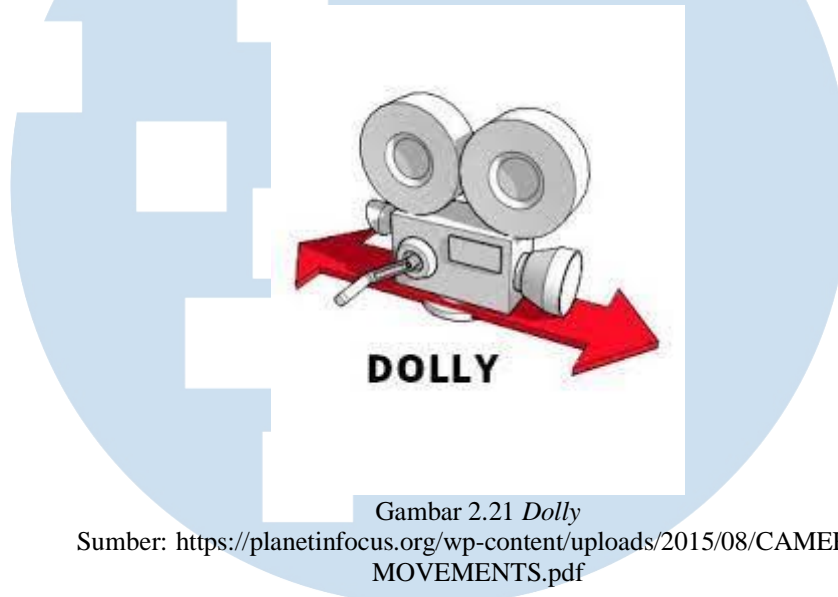


Gambar 2.20 *Tilt*

Sumber: <https://planetinfocus.org/wp-content/uploads/2015/08/CAMERA-MOVEMENTS.pdf>

2.2.4.3 Dolly In/Dolly Out

Pergerakan ini mendekatkan atau menjauhkan kamera dari adegan. Biasa disebut juga sebagai *push in* atau *push out*. Pergerakan ini bertujuan untuk mengambil adegan yang penting. *Frame* yang luas menjadi lebih sempit.

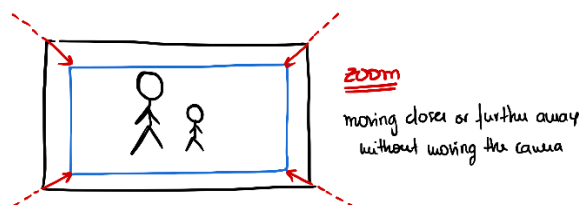


Gambar 2.21 Dolly

Sumber: <https://planetinfocus.org/wp-content/uploads/2015/08/CAMERA-MOVEMENTS.pdf>

2.2.4.4 Zoom

Zoom merupakan perpindahan *focal length*. Memiliki pergerakan yang serupa dengan *Move In*, namun kamera sama sekali tidak bergerak. Hal yang membedakan adalah perubahan adegan yang luas menjadi lebih sempit. Hal ini mempengaruhi distorsi gambar pula. Tujuan dari pergerakan ini adalah untuk menyadarkan penonton bahwa mereka sedang menonton film.



Gambar 2.22 Zoom

Sumber: <https://ruieduardolopeshome.wordpress.com/2019/03/16/basics-of-camera-movement/>

2.2.4.5 Punch In

Berbeda dengan *Move In*, *Punch-in* memotivasi penonton untuk melihat sebuah adegan lebih jelas. Pergerakan ini hanya terjadi pada lensa saja. Biasanya pergerakan ini mau menunjukkan penonton bahwa ada sebuah cerita yang penting pada adegan tersebut.

2.2.5 Tahap Produksi Film

Pembuatan sebuah film tentu membutuhkan perencanaan yang matang agar bisa menghasilkan sesuai dengan ekspektasi. Menurut Hudson (2011), produksi film memiliki 4 bagian, yakni *Before the production*, *During the production*, *During the release of the film*, dan *After the release*.

2.2.5.1 Before the Production

Bagian awal dari pembuatan film berfungsi untuk mencari potensi dimana film akan ditayangkan. Salah satu film diproduksi adalah menghasilkan keuntungan di bidang pariwisata dan menarik perhatian turis (Hudson, 2011). Dengan melakukan perencanaan dan mengikuti aturan yang baik dengan tim promosi pemerintah setempat, bisa membantu meningkatkan minat turis kedepannya.

2.2.5.2 During the Production

Setelah menentukan lokasi dan merancang konsep film, tim produksi akan mulai mengambil video atau *shooting*. Bagian ini memiliki peran penting dalam memproduksi sebuah film bukan hanya dikarenakan sebagai cara menyampaikan cerita kepada penonton, melainkan setiap lokasi yang terpilih akan dipublikasikan kepada orang banyak. Busby dan Klug (2001) berpendapat bahwa lokasi film tidak hanya menjadi hal yang dipublikasikan secara jangka pendek, namun bisa meningkatkan bidang pariwisata di masa depan.

2.2.5.3 During the Release of the Film

Perilisan film menjadi bagian akhir dari proses pengambilan video sampai peluncuran ke masyarakat. Tim promosi dan kampanye iklan akan

bertugas untuk menarik perhatian publik sebanyak mungkin. Salah satu acara utama dalam bagian ini adalah melakukan *movie premiere*, dimana penduduk lokal dari lokasi pengambilan film akan diundang untuk melihat film sebelum diluncurkan secara umum (Beeton, 2005). Salah satu contoh film yang telah melakukan cara ini adalah *Lord of The Rings*. Sejak melakukan *movie premiere* di Selandia Baru, pemerintah setempat menghasilkan keuntungan sebanyak \$2 juta dolar Selandia Baru (Beeton, 2005, p.182).

2.2.5.4 After the Release

Bagian akhir memproduksi sebuah film biasa disebut *after the release*. Setelah film dipublikasikan kepada masyarakat, bisnis pariwisata akan meningkatkan jumlah pengunjung dengan memberikan pengalaman selayaknya di film kepada turis dengan mengajaknya ke lokasi. Peningkatan jumlah pariwisata akan berdampak setelah perilisian film. Salah satu efek dari menonton film adalah semakin tertarik untuk mengunjungi lokasi. Walaupun film tersebut tidak memasuki *box office*, setidaknya masih bisa meningkatkan daya tarik pariwisata setempat.

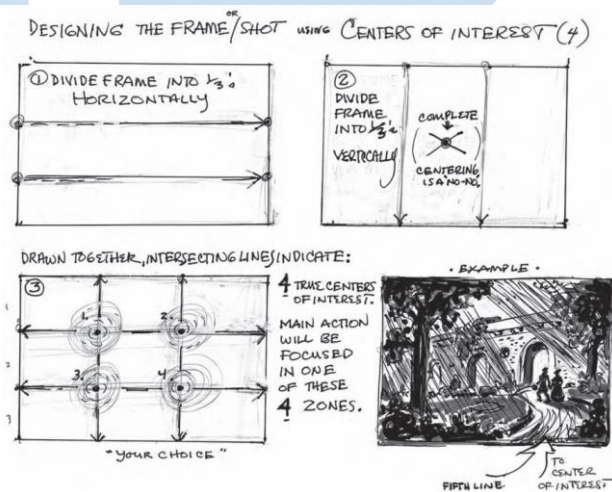
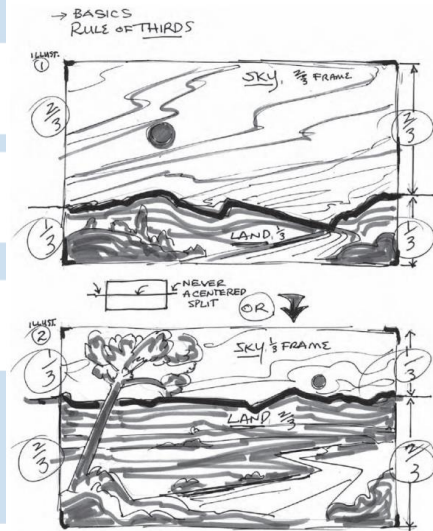
2.2.6 Storyboard

Dalam industry film fungsi sebuah *storyboard* sangat bermanfaat dalam proses *pre-production*. Cara ini sangatlah efektif untuk memvisualisasikan film dalam proyek manapun (Hart, 2008). Tugas dari seorang *storyboard artist* harus mengurutkan cerita secara logis agar tidak mengalami patahan antar adegan. Menurut Hart, dalam membuat *storyboard*, penggambar harus bisa menjaga ketertarikan penonton agar tidak merasa bosan di tengah film. Oleh karena itu ada beberapa komponen dan prinsip dasar dalam membuat *storyboard*.

A. Rule of Thirds

Penggambar *storyboard* harus bisa memvisualisasikan apa yang ingin digambar dalam kertas yang kosong. Kemudian harus membagi kertas tersebut menjadi 3 bagian horizontal maupun vertikal. Hasil tabrakan antara kedua garis tersebut menjadi tempat

yang menarik untuk dilihat. Jika menempatkan aktor di tengah *frame* tentunya akan menjadi membosankan. Hal itu akan menjadi tidak alami.



Gambar 2.23 Basic Rule of Thirds
Sumber: Hart (2008)

B. Shot Angles

Kesenian dalam membuat sebuah film adalah bisa mengubah posisi kamera yang menghasilkan sebuah perspektif baru untuk menunjukkan informasi baru kepada penonton. Tentunya *camera angles* menjadi hal krusial untuk bisa membuat sebuah film

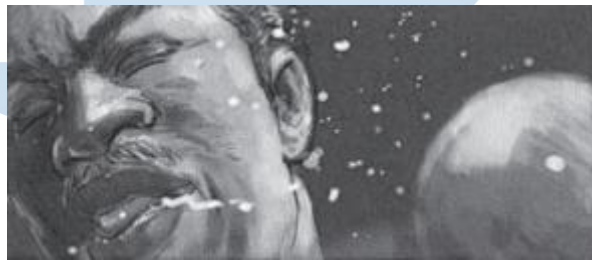
menjadi lebih menyenangkan. Dengan demikian, terdapat beberapa *shot* yang sering digunakan oleh *filmmaker*:

a. *Close-Up (CU)*: seluruh muka aktor atau objek yang memenuhi *frame*.



Gambar 2.24 *Close-up*
Sumber: Hart (2008)

b. *Extreme Close-Up (EXT CU)*: memfokuskan pada beberapa bagian tubuh aktor, salah satunya mata.



Gambar 2.25 *Extreme Close-up*
Sumber: Hart (2008)

c. *Establishing Shot (EST)*: menunjukkan lokasi aktor kepada penonton.

d. *Long Shot (LS)*: menunjukkan aktor ataupun objek dari kejauhan (*background*)

e. *Medium Shot (MS)*: menempatkan aktor atau objek di *MGD*.

f. *Over the shoulder (OTS)*: mengambil dari bahu aktor.

- g. *Panoramic (Pan)*: kamera bergerak secara horizontal menghasilkan adegan panorama.
- h. *Tracking shot*: kamera dipasang sebuah roda untuk menghasilkan pergerakan mulus untuk mengambil adegan pergerakan.
- i. *Zoom shot*: fokus bergerak dari *wide* menjadi *CU* menggunakan lensa *zoom*.



Gambar 2.26 Zoom Shot
Sumber: Hart (2008)

2.2.7 Dokumenter

Dokumenter menyajikan tentang realita dalam cara yang bermacam-macam. Hal ini menggabungkan fakta, argumen, narasi, audio-visual dan kreativitas. Emosi memiliki peran yang penting untuk menciptakan sebuah imajinasi sosial budaya (Bluck, 2003; van Dijck, 2007; Erll, 2011). Menurut Bondebjerg (2014), ciri khas dari sebuah film dokumenter adalah berhadapan dengan peristiwa, permasalahan maupun orang yang nyata.

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



Gambar 2.27 *Money Heist: The Phenomenon*

Sumber: https://pbs.twimg.com/media/EUs38_UUAAbwgy?format=jpg&name=large

2.2.8 Melestarikan Budaya Indonesia

Pelestarian menjadi aksi yang krusial untuk mempertahankan budaya. Nahak (2019) berpendapat bahwa pelestarian budaya merupakan tindakan untuk menjaga nilai seni budaya secara terus menerus serta menyesuaikan dengan perubahan. Melestarikan budaya Indonesia bisa dilakukan dengan banyak cara. Namun menurut Sendjaja (1994), terdapat dua cara yang bisa dilakukan oleh masyarakat muda untuk menjaga budaya lokal, yakni:

1. *Culture experience*

Cara ini mengajak kita untuk langsung merasakan kegiatan budaya. Salah satu contoh yang berkaitan dengan musik adalah datang ke Kupang untuk belajar sasandu dengan maestro. Kemudian melakukan pentas di depan umum, seperti festival budaya, festival kuliner dan sebagainya. Jika terus menerus dilakukan, maka kelestariaannya akan terjaga.

2. *Culture knowledge*

Culture Knowledge menggunakan cara dengan membuat pusat informasi tentang kebudayaan yang bisa dialokasikan dalam berbagai bentuk. Cara ini bertujuan untuk memberikan edukasi serta mengembangkan budaya kepada pariwisata setempat. Apabila

dieksekusi dengan baik, masyarakat setempat, khususnya generasi muda, akan tetap memiliki ilmu terhadap budaya tersebut.

2.2.9 Sasandu

Sasandu merupakan sebuah alat musik petik dari Pulau Rote, Nusa Tenggara Timur. Sasandu juga dikenal sebagai harpa Indonesia, karena cara memainkannya seperti bermain harpa. Pada zaman dulu, pulau tersebut memiliki banyak pohon palem yang bernama lontar. Fungsi dari daun lontar adalah sebagai resonansi suara sasandu atau biasa disebut Haik.

2.2.8.1 Sejarah Sasandu

Asal-usul sasandu memiliki berbagai jenis yang diceritakan secara turun menurun. Akan tetapi menurut Haning (2006) salah satu cerita lisan berdasarkan legenda, sasandu diciptakan oleh Pupuk Soroba (sekitar akhir abad ke-13M), dimana ia pertama kali melihat seekor laba-laba besar yang sedang memetik jaringnya. Dari hasil petikan itu, terdengar bunyi yang indah. Sejak itu ia terinspirasi untuk menciptakan alat musik petik. Ia memulai dengan mencungkil lidi-lidi dari batang daun gewang yang masih mentah, kemudian disenda atau ditahan menggunakan kayu kecil dan dipetik. Pemikirannya semakin berkembang sehingga ia memutuskan untuk mengganti senarnya menjadi potongan bambu yang tipis dan memasang haik (daun lontar) disekitarnya. Lalu berkembang lagi menggunakan usus musang yang kering dan diiris halus sehingga menjadi senar.

Sehingga alat musik yang telah dipasang oleh haik disebut sandu atau sanu yang berarti bergetar atau merontak-rontak (Haning, 2006). Pada tahun 1970an, alat tersebut dinamakan sasandu yang merupakan pengulangan kata dari sandu-sandu yang berarti bergetar-getar.

Nama sasandu berubah akibat dari sebuah hotel di Kupang yang didirikan pada tahun 1982, bernama Hotel Sasando. Hotel ini didirikan selama tiga tahun. Setelah pembangunan selesai, masyarakat di Kupang mengenal alat musik ini dengan nama sasando. Sehingga terjadi

kesalahpahaman dengan namanya. Padahal menurut Haning (2006), sasando tidak memiliki arti menurut masyarakat Rote. Oleh karena itu, pada tahun 1985 dalam pertemuan dengan masyarakat Kupang yang diadakan oleh Kepala Dinas Pariwisata NTT (Bapak Pekujawang), Haning mengusulkan untuk mengubah nama Hotel Sasando menjadi Hotel Sasandu karena alasan diatas. Kadis Pariwisata menyetujui dan berjanji untuk memberikan usulan kepada pemilik hotel. Namun hingga saat ini nama tersebut tidak diubah dan membuat semua orang mengira bahwa nama asli dari alat musik ini adalah sasando.



Gambar 2.28 Hotel Sasando

Sumber: <https://rakyatntt.com/wp-content/uploads/2021/09/myKupang-sasando-main.jpg>

2.2.8.2 Bagian-bagian Sasandu

Menghasilkan suara sasandu membutuhkan beberapa bagian yang penting. Menurut Mella (2015), sasandu memiliki 4 bagian, yakni kepala, badan, ekor dan daun lontar.

A. Kepala

Di bagian teratas sasandu adalah Langa yang menyatukan daun lontar dengan tabung bambu atau Aon. Bagian kepala yang lain bernama Ai-Didipo yang berfungsi untuk melilitkan senar.

B. Badan

Bagian badan sasandu yang menghasilkan suara bernama senar. Untuk menahan senar supaya memiliki nada tertentu adalah Senda.

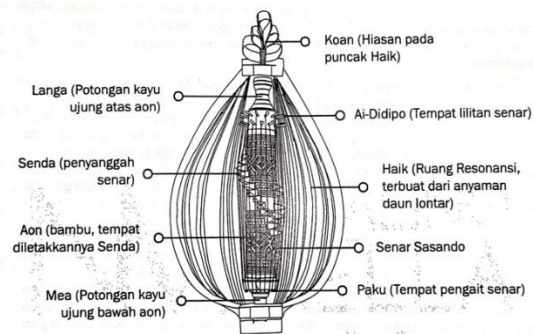
C. Ekor

Bagian ekor pada sasandu adalah Paku dan Mea. Paku berfungsi untuk mengaitkan senar dan disambung ke bagian Ai-Didipo. Sedangkan Mea adalah sebuah potongan kayu yang berada di bawah Aon yang memiliki fungsi seperti Langa.

D. Daun Lontar

Daun Lontar diambil dari pohon Lontar yang sudah dijemur & kering. Selain menjadi estetika, fungsi utama dari daun ini adalah untuk menciptakan resonansi suara.

B. Bagian-bagian Sasando



Gambar 1. Bagian-bagian Sasando

Gambar 2.29 Bagian-bagian Sasandu
Sumber: Mella (2015)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA