

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam proses pembentukan video *mobile journalism*, terdapat beberapa karya yang menjadi referensi yang penulis jadikan sebagai tinjauan karya terdahulu. Beberapa tinjauan tersebut:

2.1.1 My Trip My Adventure

Gambar 2. 1 Poster program “My Trip My Adventure”



Sumber: Dokumentasi Penulis

My Trip My Adventure merupakan sebuah program *travelling* yang ditayangkan di stasiun televisi, Trans Tv. Program ini menyoroti jelajah wisata Indonesia dengan ditemani beberapa host yang akan menjelaskan tentang destinasi yang akan didatangi. Tidak hanya datang dan berwisata tetapi juga melakukan interaksi.

Dengan ditemani selebriti muda yang suka berpetualang, program ini juga menyebarkan semangat melestarikan budaya dan alam Indonesia. Dengan konsep *newstainment* program ini mampu mengkaji dengan begitu

rapi setiap alur yang ada. Pengemasan program dibalut dengan pengambilan gambar yang bervariasi.

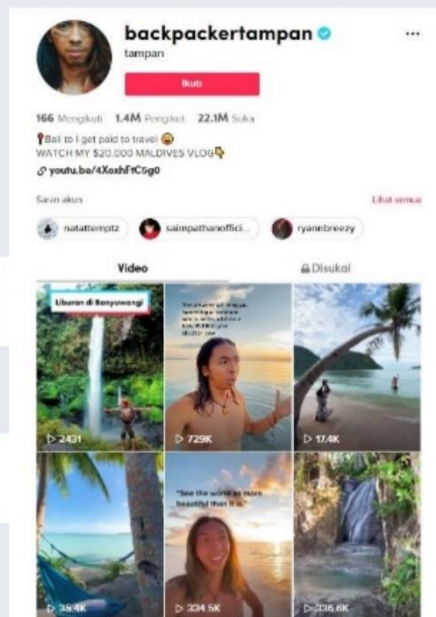
Deuze mendefinisikan multimedia dengan dua hal yaitu penyajian paket berita di situs web dengan menggunakan dua atau lebih format seperti tulisan, suara, video, gambar, animasi grafis, dan lain-lain. Kedua sebagai presentasi paket berita melalui berbagai media yang berbeda (media ini dapat berkembang) *website, email, SMS, MMS, radio, koran, televisi, surat kabar cetak, dan majalah*. Multimedia merupakan format penggabungan dari konvergensi, dari yang tidak menjadi ada (Deuze, 2004, p.140).

Jika dilihat dari pemaparan Deuze, MTMA telah menerapkan multimedia dengan cukup baik, karena tidak hanya ditayangkan lewat televisi saja, tetapi juga lewat media sosial yaitu YouTube. Namun sangat disayangkan program ini tidak menerapkan *eco friendly* dan terkadang masih berorientasi kepada traveler yang enak untuk dipandang.

Program ini diambil sebagai referensi, karena memiliki tujuan yang sama, yaitu pergi ke suatu tempat di Indonesia dan belajar tentang budaya yang ada serta berinteraksi dengan penduduk lokal yang ada. Perbedaan karya yang akan dibuat dengan MTMA adalah liputan yang dilakukan akan menjelajah destinasi wisata yang sudah termasuk dalam wisata berkelanjutan yang diharapkan dari program ini dapat mensosialisasikan mengenai pentingnya destinasi wisata berkelanjutan, selain itu MTMA tidak berbentuk vertikal dan juga tidak ditampilkan dalam Instagram TV

2.1.2 Backpacker Tampan

Gambar 2. 2 Profile Tiktok “Backpacker Tampan”



Sumber: Dokumentasi Penulis

Backpacker Tampan menjadi tinjauan karya berikutnya. Hal ini disebabkan karena dalam setiap konten yang akan dibuat, akan menerapkan pengambilan gambar secara vertikal, dimana konsep ini selaras dengan karya yang akan dibuat. Selain itu, hal ini menunjukkan bahwa pada akun TikTiknya. Dalam setiap video yang dibuat, ada beberapa informasi penting yang diselipkan dengan menggunakan teks dan terkadang *voice over*. Dengan pergi ke suatu tempat wisata serta pemandangan alam, membuat akun ini digemari oleh banyak masyarakat, ditambah dengan pengambilan gambar serta variasi *shot* yang diberikan.

Jika ditelaah lebih dalam, Backpacker tampan telah menerapkan karakteristik yang dimiliki *mobile journalism* yang dikemukakan oleh Maccise dan Marai (2016) dalam buku *Mobile Journalism* (2016, p.3-4). Antara lain: Mobilitas, safety, 4K Quality, serta dapat mengeksplor perangkat yang dipakai dengan sangat baik. Hal ini dapat terlihat dari setiap konten yang telah ia buat, dimana mobilitas yang terjadi begitu luwes dan kualitas video yang diberikan sangat jernih dan stabil. Inilah yang menjadi

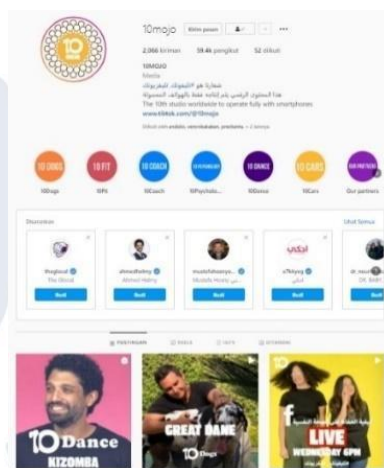
kelebihan dari Backpacker Tampan. Selain itu Backpacker tampan sudah menerapkan logika multimedia, karena setiap konten yang diproduksi ditayangkan melalui media sosial.

Namun, sangat disayangkan Backpacker Tampan belum menerapkan jurnalisme perjalanan, hal ini terlihat karena beberapa perjalanan yang dilakukan ada terikat dengan sponsor untuk mempromosikan suatu wilayah.

Persamaan yang ada dengan karya yang akan dibuat peneliti ialah, sama dalam pengemasan karya, dimana karya yang dibuat berbentuk vertikal serta meliputi tentang keindahan alam, sedangkan destinasi wisata yang akan dilakukan oleh peneliti menjadi pembeda dari tinjauan karya ini peneliti akan melakukan perjalanan ke destinasi wisata berkelanjutan serta menerapkan *eco friendly*, sedangkan Backpacker tampan sudah melakukan perjalanan sampai ke luar negeri.

2.1.3 10Mojo

Gambar 2. 3 Profile Instagram “10Mojo”.



Sumber: Dokumentasi Penulis

10 Mojo, merupakan sebuah karya selanjutnya yang menjadi tinjauan peneliti. Dapat dilihat dari nama yang diberikan, yang memberikan arti bahwa setiap video yang ada telah menerapkan konsep *Mobile*

Journalism. Pada akun instagramnya, terdapat banyak pilihan video yang dapat dipilih audiens secara bebas. Namun akun ini lebih kepada informasi tentang gaya hidup dengan variasi yang berbeda pada setiap video yang ada.

Selain itu, 10 Mojo telah menerapkan konsep *mobile-first mindset* yang disampaikan oleh Adornato (2018) bahwa, *mobile-first mindset* adalah menempatkan prioritas untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan dapat dengan mudah diakses oleh audiens melalui perangkat seluler dan pada *platform* media sosial.

Karakteristik Mojo juga telah diterapkan cukup baik oleh 10 Mojo. Beberapa hal yang membuat liputan ini menarik ialah memberikan konten dengan konsisten untuk menjadi konsumsi audiens, selain itu 10 Mojo juga konsisten memberikan 10 hal tentang apa yang sedang mereka bahas. Tata letak pada *feeds* Instagram yang selaras dan memberikan judul pada *Pratinjau* yang ada membuat audiens dapat memilih apa yang mereka mau dan sesuai dengan kebutuhan.

Secara garis besar, 10 Mojo dapat menjadi acuan dari karya yang akan dibuat peneliti, karena telah menerapkan *mobile journalism* dengan sangat baik, selain itu ada tips and trick yang juga dibuat oleh 10 Mojo, hingga dapat dipelajari oleh peneliti mengenai teknik pengambilan gambar yang dilakukan hingga menghasilkan konten yang sangat baik dan disukai oleh audiens. Serta teknik pengambilan gambar dan media yang digunakan untuk mempublikasikannya sesuai.

Perbedaan dari karya ini dengan peneliti ialah, 10 Mojo meliput secara luas tentang gaya hidup manusia, sedangkan karya peneliti adalah meliput desa pariwisata berkelanjutan dengan format video vertikal.

2.1.4 Jalan-jalan Men

Gambar 2.4 Logo “Jalan-jalan Men”.



Sumber: Dokumentasi Penulis

Jalan-jalan Men merupakan sebuah seri web program Travelling yang dipandu oleh dua host Wanita dan pria. Berada dalam naungan Malesbanget, Jalan-jalan Men mampu memberikan eksperien yang berbeda, karena kedua host ini memiliki imajinasi yang kemudian imajinasi tersebut dituangkan secara visual dalam bentuk animasi. Pembawaan yang dibawakan oleh kedua host ini sangat santai dan *relate* dengan gaya anak muda. Selain itu tersisipkan beberapa *gimmick* untuk mempermanis setiap cerita pada episodenya.

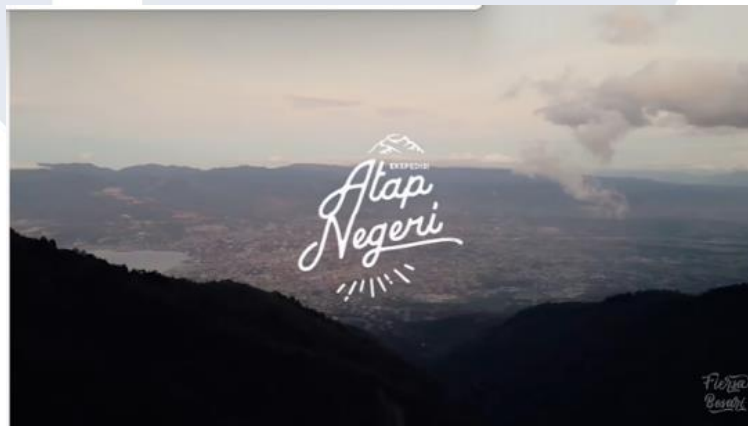
Program ini diolah dengan gaya anak muda, sehingga setiap informasi yang diberikan dapat dicerna dengan baik. Hal lain yang membuat program ini menarik ialah adanya ukulele yang dibawa oleh salah satu host, jadi dalam setiap episodenya akan ada lagu singkat yang dimainkan dan dibuat dengan ukulele tersebut. Selain itu sama dengan tinjauan karya sebelumnya dimana Jalan-jalan Men telah menerapkan logika multimedia, tetapi tidak menerapkan *mobile journalism*. Hal yang menarik lainnya ialah

variasi dari cara pengambilan gambar yang cukup baik karena menerapkan *angle* yang bervariasi pada setiap video yang diberikan.

Konsep program ini selaras dengan karya yang akan dibuat oleh peneliti, karena peneliti akan membahas mengenai keindahan di Indonesia, tetapi dengan lokasi yang berbeda dan karya yang akan dibuat akan dibalut dengan gaya anak muda, sehingga audiens akan menikmati karya peneliti dengan *enjoy*.

2.15 Atap Negeri - Fiersa Besari

Gambar 2.5 Logo “Salah Satu Episode Atap Negeri”.



Sumber: Dokumentasi Penulis

Tinjauan karya selanjutnya yang diambil oleh peneliti adalah karya Atap Negeri milik Fiersa Besari.

Atap Negeri telah menggunakan konsep videografi sesuai dengan apa yang telah disampaikan Jeremy Vineyard dalam buku yang berjudul *Setting Up Your Shots Great Camera Moves* (2000). Atap Negeri mampu mengpelaksanaan dengan sangat baik, mulai dari teknik pengambilan gambar, sudut pandang gambar dan pergerakan pada kamera. Sehingga peneliti merasa karya ini sangat baik dijadikan sebagai karya terdahulu.

Selain itu, pengemasan cerita yang dibuat oleh Atap Negeri sudah cukup baik.

Beberapa kekurangan atau ketidaksesuaian dengan karya peneliti ialah Atap Negeri menggunakan *youtube* sebagai media publikasi, sedangkan peneliti akan menggunakan *instagram*. Selain itu, keluaran video yang diberikan adalah berbentuk horizontal dan bukan vertikal.

Namun, untuk proses pengambilan gambar, selaras dengan apa yang ingin peneliti lakukan pada karyanya nanti terkait dengan *angle* dan variasi *shot* yang dapat peneliti gunakan untuk menjadi referensi dalam produksi nanti.

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan peneliti terkait setiap tinjauan karya yang ada, secara garis besar setiap tinjauan karya sudah cukup baik untuk dijadikan sebuah karya tinjauan karena telah menerapkan setiap teori dan konsep yang akan digunakan peneliti untuk produksi nanti, meskipun masih ada beberapa kekurangan dari setiap karya, tetapi karya yang lain akan menutupi setiap kekurangan yang ada, sehingga tinjauan karya yang digunakan peneliti menjadi lengkap. Mulai dari penerapan konsep *mobile journalism*, *mobile first – mindset*, pengemasan program sampai kepada pengambilan gambar yang akan dilakukan.

Dengan adanya tinjauan karya ini, peneliti berharap dapat membuat karya yang lebih baik dari tinjauan karya yang telah dibuat.

U 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

Tabel 2. 1 *Benchmark*

Judul	MTMA	Traveling Tampan	10 Mojo	Jalan-jalan Men	Atap Negeri - Fiersa Besari
Isi Karya	Traveling ke daerah-daerah di Indonesia.	Traveling ke kota-kota yang ada di dunia	Pilihan tentang <i>lifestyle</i> yang dikemas menggunakan teknik Mobile Journalism	Traveling ke daerah-daerah di Indonesia	Menjelajah alam dan mengambil nilai kehidupan dalam setiap perjalanan
Relevansi	Membahas tentang daerah pedalaman di Indonesia dan mengulas tentang budaya setempat.	Membahas tentang Traveling dan soal makanan yang ada.	Menerapkan <i>mobile journalism</i> dalam pembuatan konten dan menjadikan Instagram sebagai media penyebaran konten.	Membahas tentang daerah di Indonesia. Dengan pembawaan host yang santai dengan gaya anak muda serta membahas budaya setempat.	Teknik pengambilan gambar, alur cerita yang dibuat, serta cara pemaparan kepada audiens.
GAP	Tidak membahas	Tidak membahas	Tidak membahas	Tidak membahas	Tidak membahas soal

	soal desa wisata berkelanjutan an.	soal desa wisata berkelanjutan dan berfokus kepada pemandangan yang indah.	soal desa wisata berkelanjutan, media yang digunakan adalah youtube.	soal desa wisata berkelanjutan. Akun ini milik media luar negeri.	pariwisata berkelanjutan, Keluaran yang diberikan memiliki format horizontal
--	------------------------------------	--	--	---	--

Sumber: olahan Penulis (2021)

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 Teori Multimedia

Multimedia merupakan sebuah inovasi yang baru untuk memberikan informasi dengan cara yang berbeda yaitu dengan menggabungkan beberapa elemen seperti gambar, audio, dan grafik. Hal ini selaras dengan arti dari multimedia sendiri yang memiliki arti dua kata multi dan media, artinya perpaduan dari berbagai macam media seperti teks, animasi, gambar, video dan sebagai yang kemudian semua disatukan menjadi satu kesatuan *file* untuk menyajikan informasi (Munir, 2015:2).

Dalam pengertian etimologi, multimedia terdiri dari dua kata “multi” yang memiliki arti banyak, dalam Bahasa latin dan “medium” yang memiliki arti sebagai perantara dan pengantar. Dalam *American Heritage Dictionary* juga disampaikan bahwa multimedia merupakan alat untuk mendistribusikan dan memberikan informasi kepada masyarakat. Dalam hal ini, subjek multimedia adalah informasi yang bisa dipaparkan kepada manusia.

Hal yang sama dengan definisi yang berbeda juga disebutkan oleh Zainayati (2017:172), ia mengatakan bahwa multimedia merupakan penggunaan banyak media secara bersama-sama yang kemudian dijadikan menjadi satu, beberapa komponen tersebut antara lain teks, video, gambar dan lain-lain, dengan tujuan memberikan informasi.

Berdasarkan penjelasan dan pengertian dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa multimedia merupakan alat yang dapat digunakan menyebarkan informasi dengan cara yang menarik karena terdapat banyak elemen media yang menjadi satu seperti, audio, visual, teks, dan grafik. Hal ini dapat membuat khalayak menjadi tertarik untuk mengetahui informasi yang akan disajikan, serta informasi yang diberikan juga menjadi lebih jelas dan lengkap.

2.2.2 Konsep Mobile Journalism

Perangkat seluler telah mengubah ruang berita dan memperkenalkan cara baru dan lebih maju. Teknologi seluler tidak hanya mengubah pola konsumsi konsumen dalam berperilaku tetapi juga mengubah metode kerja jurnalistik (Briggs, 2016, p.277). Kemajuan perangkat seluler ini mengubah serta memperkenalkan cara baru terhubung dengan *user* dan berkomunikasi dengan jurnalis lain di tempat yang berbeda.

Kemajuan yang dialami ini memberikan tanda bahwa media mulai melibatkan media sosial dalam memproduksi sebuah berita. Jurnalisme dapat didefinisikan sebagai proses mengumpulkan data dan menyampaikan berita menggunakan perangkat seluler, hal ini dikemukakan oleh Maccise dan Marai (2016, p.2) dalam bukunya yang berjudul *Mobile Journalism*. Mobile Journalism hadir dikarenakan hasil konvergensi teknologi perangkat seluler dan multimedia. Dalam bukunya, Maccise & Marai (2016, p.2) Kembali mengatakan, jurnalis seluler adalah tren dalam liputan berita dan

penyiaran yang akan memiliki potensi untuk menjadi standar baru dalam praktik jurnalisme.

2.2.2.1 Konsep *First Mobile Mindset*

Adonarto (2014) mengungkapkan mengenai mobile first media mindset, di dalam bukunya yang berjudul *Mobile and Media Sosial Journalism*. Dulu sebelum berkembangnya perangkat seluler dan media sosial, ruang redaksi sering menggunakan istilah Digital – first. Hal ini hadir pada saat masuknya internet, karena setiap berita yang diberikan dipublikasikan ke dalam sebuah website. Pada masa ini masyarakat berusaha untuk selalu up to date dalam menerima informasi, hal ini membuat media terus berusaha memberikan berita dan konten terbaru agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan audiens terhadap sebuah berita.

Pola pikir mengenai *mobile-first mindset* harus diterapkan oleh jurnalis saat ini, karena jaman sekarang audiens lebih suka membuka sosial media dibandingkan *platform* berita yang harus di *download* terlebih dahulu. Karena, Adornato (2018) menjelaskan, *mobile-first mindset* adalah menempatkan prioritas untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan dapat dengan mudah diakses oleh audiens melalui perangkat seluler dan pada *platform* media sosial.

Terdapat tiga poin penting yang menjadi perhatian atau *concern* mengenai pola pikir *mobile-first* antara lain (Adornato,2018):

A. *Audience Experience*: Pengalaman pengguna menjadi kunci untuk sebuah media. Oleh sebab itu jurnalis harus mengerti dan mengetahui *platform* apa

yang cocok digunakan agar audiens mampu menjangkau berita tersebut. Media juga harus mampu melakukan percakapan dua arah dengan audiens (Adornato, 2018, p.26)

B. *Multiplatform hubs of content*: Media mampu menyebarkan berita di berbagai macam *platform*. Hal ini berbeda dengan dulu, sekarang seorang wartawan juga harus bisa lebih melakukan apa yang seharusnya ia lakukan.

C. *Evolving Business models*: Banyak sekali model bisnis yang bermunculan. Banyak media yang menggunakan aliran pendapatan dari audiens ataupun periklanan digital.

Setelah ditelaah, *mobile first mindset* ini menjadi sangat penting dan cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini.

2.2.3 Konsep Media Sosial

Menurut Russo, J. Watkins, L. Kelly, dan S. Chan (2008), media sosial merupakan sebuah instrumen yang memfasilitasi komunikasi, jaringan, dan/atau kolaborasi secara daring. Sedangkan menurut Mark Hopkins (2008) Sosial media merupakan sebuah istilah yang mencakup banyak hal tidak hanya berbagai *platform* media baru melainkan ada pesan tersirat mengenai jejaring sosial yang idenya bahwa berbagai platform media yang memiliki komponen sosial dan sebagai media komunikasi publik. Namun ada ahli lain juga yang menyebutkan media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang dapat memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak ada bagi orang awam (Chris Brogan, 2010).

Dari berbagai definisi yang diberikan media sosial memang sangat cocok sebagai tempat penyebaran sebuah informasi. Karena saat ini juga

audiens sangat suka mencari informasi di media sosial, karena media sosial memiliki tempat untuk dapat berkomunikasi secara dua arah dan interaktif dibandingkan *platform* yang lain. Media sosial juga mampu memberikan banyak informasi yang dibutuhkan oleh audiens.

2.2.4 Jurnalisme Perjalanan

Jurnalisme perjalanan (*Travel Journalism*) saat ini masih dipandang sebelah mata, hal ini disebabkan jurnalisme perjalanan dapat ditulis atau dibuat oleh siapapun yang melakukan perjalanan, belum ada tatanan yang pasti terkait hal ini. Masih berada dalam ranah abu-abu antara hiburan dan nilai berita (Hansuch,2010, p.69).

Seorang wisatawan yang melakukan perjalanan atau berwisata sebenarnya sedang keluar dari “zona aman” dengan mencoba masuk ke dalam lingkungan asing yang beresiko mulai dari kenyamanan dan keamanan, Kesehatan sosial-budaya, ekonomi, hingga politik. (Hill-James.2006, p.23).

Jurnalisme perjalanan berperan penting bagi mereka yang ingin turut merasakan secara utuh pengalaman berwisata dan tentang pemahaman terhadap kultur budaya lain. Jurnalisme perjalanan juga sering didefinisikan sebuah akun faktual yang akan membawa konsumen, yaitu audiens mulai dari perjalanan atau pengalaman berwisata, disertai informasi dan hiburan, dengan perspektif kritis.

Dibalik semua hal yang ada, selain untuk pengalaman baru, jurnalisme perjalanan beroperasi dengan etika yang lebih luas daripada jurnalis profesional, tetapi tetap memiliki batasan spesifik yang disebabkan oleh lingkungan ekonomi dari produksinya, (Hanusch & Fursich, 2014, p. 6).

Hanusch (2010) mengategorikan jurnalisme perjalan menjadi empat dimensi, yaitu:

1. Representasi budaya Asing

Jurnalisme perjalanan memiliki tujuan untuk mempresentasikan “*otherness*”, artinya mempresentasikan apa yang orang lain belum mengerti dan diluar kebiasaan mereka. Jurnalis perjalanan dapat menghasilkan sebuah cerita untuk memotivasi publik dalam melakukan perjalanan atau berwisata. Dari cerita yang dihasilkan kemudian dikemas dan diceritakan kembali berdasarkan sudut pandang jurnalis perjalan, sebagai sesame orang asing agar membuat audiens merasa dekat (Hansuch, 2010, p. 71).

2. Standar Etika

Jurnalis perjalanan memiliki dilema dalam liputan pariwisata, saat harus meliput sebuah tempat secara gratis dari industri pariwisata. Hal ini akan membuat jurnalis dilemma karena apakah fakta ini wajib diungkapkan kepada publik. (Hansuch, 2010, p. 73).

3. Orientasi Pasar

Dalam peliputan nya, jurnalis perjalanan harus dapat memberitakan fakta dengan informasi yang praktis dan netral dalam meliput. Informasi yang diberikan tidak boleh dilebih-lebihkan. Jurnalis juga harus mampu menempatkan diri sebagai pengamat yang kritis dan penyedia edukasi untuk publik. Jurnalisme perjalan berorientasi terhadap pasar rendah. Selain itu, jurnalisme perjalanan juga menitik beratkan kepada liputan yang menyenangkan (*fun*) dari destinasi wisata yang ada, serta bertujuan menyenangkan audiens, hingga dapat digolongkan ke dalam jurnalisme perjalanan dengan orientasi pasar tinggi. (Hansuch, 2010, p. 75).

4. Aspek Motivasi

Seorang jurnalisisme perjalanan, membutuhkan sebuah motivasi yang ada, karena ini merupakan dimensi yang cukup penting, untuk dianalisis karena akan menjadi penghubung dengan tugas dan tanggung jawab jurnalis dan keinginan audiens (Hansuch, 2010, p.76).

Dari hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa jurnalisisme perjalanan merupakan jurnalis yang fleksibel dalam melakukan liputan, tetapi memiliki tanggung jawab yang besar dalam pelaporan dengan menyajikan fakta yang ada. Dengan adanya perkembangan, teknologi jurnalisisme perjalanan semakin dapat diterima oleh masyarakat dan hasilnya dapat diakses melalui media massa hingga media sosial.

2.2.5 Videografi

Videografi adalah seperangkat alat yang digunakan untuk merekam kejadian yang disajikan dengan gambar dan suara sehingga dapat dinikmati oleh para khalayak ramai.

Awalnya videografi berasal dari seni fotografi yang membuat foto diam menjadi bergerak, dimana semua gambar dijadikan satu bagian ke dalam *frame*. Kehalusan video yang dihasilkan, disesuaikan dengan kecepatan yang cukup tinggi, semakin cepat maka gambar yang dihasilkan akan semakin halus.

Pengambilan gambar yang menarik, akan menjadi daya tarik audiens untuk melihat video yang disajikan. Menurut Jeremy Vineyard dalam buku yang berjudul *Setting Up Your Shots Great Camera Moves (2000)*. Pengambilan gambar dalam sebuah tayangan, dapat menarik perhatian para audiens. Jeremy Vineyard mengatakan dalam bukunya bahwa ada beberapa

teknik yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambar yang *cinematic*, antara lain:

1. Teknik Pengambilan gambar (*shot*)

Teknik pengambilan gambar merupakan sebuah tata letak karena yang mengarah pada objek tertentu yang akan mempengaruhi makna dan pesan yang akan disampaikan. Ada beberapa teknik pengambilan gambar yang dapat dilakukan antara lain (Vineyard, 2000):

A. *Extreme Long Shot*

Merupakan cara pengambilan gambar yang memperlihatkan secara luas.

B. *Long Shot*

Merupakan tipe pengambilan gambar secara luas, tetapi dengan background yang sempit.

C. *Medium Shot*

Mengambil gambar yang memperlihatkan batas bawah dari ujung kepala dan hanya sampai ke pinggul. Pengambilan gambar dengan *medium shot* sering digunakan untuk mempertegas Bahasa tubuh dan ekspresi wajah.

D. *Close Up Shot*

Mengambil gambar dengan menampilkan seluruh wajah objek, sedangkan background sangat-sangat sempit. Teknik ini digunakan untuk memperjelas ekspresi objek yang direkam.

E. *Exteme Close Up shot*

Mengambil gambar hanya fokus kepada satu bagian contohnya, mata, hidung, atau mulut, dan lain-lain.

F. *Two Shot*

Mengambil gambar dengan membingkai 2 objek yang sedang melakukan aktifitas yang sama dalam satu *frame*, hanya saja pada *eye level shot*.

2. Sudut Pandang Kamera (*angle*)

Kamera sering dikatakan sebagai sebuah mata elang, pengambilan sudut pandang yang benar akan berpengaruh terhadap makna dan pesan yang akan disampaikan. Setiap teknik memiliki makna serta fungsinya masing-masing (Bonafix, 2011, p. 852). Beberapa *angle* yang ada antara lain:

A. *Bird View*

Pengambilan yang dilakukan, seolah-olah burung yang melakukan hal tersebut. Pengambilan ini dilakukan dari atas objek. Pengambilan gambar ini biasa menggunakan *drone*, dengan tujuan memperlihatkan objek dari atas secara keseluruhan.

B. *Low Angle*

Pengambilan yang dilakukan dari bawah objek, untuk memberi kesan objek yang lebih besar atau dominan.

C. *High Angle*

Meskipun teknik pengambilan ini diambil dari atas, tetapi *high angle* tidak seperti *bird view*, melainkan lebih rendah agar dapat mengambil ruang yang terkesan lemah dan tak berdaya.

D. *Eye level*

Sering dikatakan sebagai teknik dasar, karena pengambilan gambar dilakukan secara sejajar dengan tata letak dari sebuah objek.

E. *Frog Eye*

Pengambilan gambar yang dilakukan, Ketika kamera berada dalam posisi dasar dari sebuah objek. Teknik ini akan menimbulkan sisi dramatis dalam sebuah pengambilan video.

3. Pergerakan Kamera (*Camera Movement*)

Kamera harus dapat melakukan pergerakan, jika tidak ada pergerakan yang terjadi, juru kamera hanya akan mengambil komposisi gambar saja. Namun jika ada objek yang bergerak dibutuhkan alat bantu dalam pengambilan gambar, hingga hasil gambar yang diberikan dapat bergerak secara dinamis.

Beberapa alat bantu untuk pergerakan kamera antara lain: *crane*, *dolly*, *jimmy jib*, dan lain sebagainya ((Bonafix, 2011, p. 853).

Berikut beberapa contoh pergerakan kamera:

A. *Zoom in dan Zoom Out*

Pergerakan ini dibantu oleh lensa yang ada, sedangkan posisi kamera hanya diam dan stabil. Jika lensa ditekan ke belakang, akan membuat efek objek menjadi menjauh, tetapi jika lensa ditekan ke depan akan membuat objek menjadi dekat.

B. *Tilting*

Proses pergerakan kamera dari bawah hingga ke atas (*till up*) ataupun bisa sebaliknya dari atas hingga ke bawah (*till down*). Bertumpu kepada satu titik tumpu. Pergerakan ini akan memberikan rasa penasaran terhadap penonton.

C. *Dolly Shot*

Pengambilan gambar ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *dolly* yang dapat digerakkan maju dan mundur, agar hasil yang diberikan dapat bergerak dengan halus dan dinamis.

D. *Panning*

Kamera hanya digerakkan dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Tujuannya adalah memberikan kesan urutan objek secara

rapi dan urut. Juru kamera tidak boleh menggerakkan secara cepat, agar penonton dapat mengetahui pesan dan mengidentifikasi gambar yang diambil.

E. *Crane Shot*

Teknik pengambilan gambar dengan bantuan *crane* atau biasa dikenal dengan *jimmy jib*. Memiliki panjang 9 meter dan dilengkapi tombol zoom, serta monitor kecil. Dengan bantuan alat ini, berbagai macam *angle* dapat diambil.

F. *Follow Shot*

Jika dilihat dari istilahnya, *follow* memiliki arti mengikuti. Ini merupakan teknik pergerakan kamera mengikuti objek, kemanapun bergerak. Selain itu, biasanya dibantu dengan alat seperti rel, kendaraan dan lainnya.

Berdasarkan teknik pengambilan gambar, sudut pandang dan pergerakan kamera, penulis dapat menerapkan hal ini terhadap produksi yang akan dilakukan penulis, serta dapat memanfaatkannya hingga dapat memproduksi sebuah liputan dengan gambar yang dinamis tetapi juga variatif.

2.2.6 *Drone Journalism*

Munculnya *drone journalism* atau biasa disebutkan sebagai wartawan *drone* merupakan sebuah inovasi baru yang dilakukan oleh media saat sekarang ini. Penggunaan *drone* atau pesawat tanpa awak menjadi sebuah terobosan baru dalam kehidupan para jurnalis. Awalnya media harus menyiapkan helicopter ataupun pesawat untuk mengambil gambar dari atas, tetapi dengan adanya *drone* media hanya tinggal menerbangkan kamera saja. Dengan adanya *drone* wartawan seolah-olah memiliki akses untuk terbang tinggi ke langit (Jarvis, 2014).

Awal mula adanya pesawat *drone* digunakan untuk sebuah kepentingan pertahanan yang dimana *drone* digunakan untuk melihat posisi

lawan serta gerak gerik dari lawan, biasanya digunakan untuk misi militer yang beroperasi jarak jauh (Gibb, 2011).

Dengan adanya kemajuan teknologi sekarang, *drone* dapat memberikan beberapa keuntungan terhadap jurnalis pada saat peliputan hal ini dijelaskan oleh (Gibb, 2011) antara lain, adanya kemudahan untuk mengakses serta menggunakan *drone* atau pesawat tanpa awak ini, selain itu dapat memberikan perspektif yang berbeda karena dapat melakukan pengambilan gambar dari jarak yang jauh serta dari tempat yang sulit dijangkau.

Di sisi lain penggunaan pesawat tanpa awak ini juga dikomentari oleh Culver (2014) ia menjelaskan jika dilihat dari sisi etika, ada empat hal yang perlu dipertimbangkan antara lain *safety, Accuracy and context, privacy, dan Conflic of Interest*. Keempat hal ini harus menjadi fokus wartawan dalam melakukan peliputan menggunakan *drone*. Meskipun keempat hal tersebut harus diperhatikan, Sebuah organisasi yang memiliki 4000 anggota *drone journalist* di seluruh dunia, *Professional Society of Drone Journalist*, telah merangkum kode etik dalam peliputan menggunakan *drone* (The Daily, Octagon, 2015):

- Penggunaan *drone* harus sesuai dengan kode etik jurnalistik
- Perekaman dengan *drone* harus menghormati privasi orang lain
- Penggunaan *drone* harus dilakukan dengan izin, karena tidak semua tempat bisa menjadi area penerbangan *drone*
- Pilot *drone* harus berpengalaman dan terlatih atas dasar faktor keamanan
- Nilai berita harus sepadan dengan risiko penggunaan *drone*

2.2.7 Pariwisata Berkelanjutan

Dilansir dari website Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, saat ini Pemerintah sedang mendorong Pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Selain itu dalam website juga disebutkan bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan sebuah konsep wisata yang memberikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik itu bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. (Kemendparekraf, 2021, para. 5).

Beberapa negara sudah mulai menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan, hal ini dinilai sebagai sebuah konsep yang mampu membuat sebuah pariwisata di suatu negara menjadi bertahan.

Menurut Weaver (2012) pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai "*Sustainable tourism development is tourism development that meet the needs of the present without compromising the ability of future generation to meet their own needs.*" Namun Sugiyama (2011) menyampaikan pariwisata berkelanjutan juga dapat disebut sebagai *alternative tourism* dimana kepariwisataan yang dapat di kembangkan dan dilestarikan oleh pihak setempat tetapi juga tetap memperhatikan kelestarian alam dan budaya masyarakat setempat sehingga dapat diwariskan kepada generasi mendatang.

Dapat disimpulkan bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan sebuah upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya yang ada dalam masyarakat, dimana yang kemudian hari juga dapat diwariskan kepada generasi selanjutnya. Hal ini sangat penting, sehingga di kedepannya dapat dimanfaatkan dan juga dipelihara oleh generasi muda.