



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TELAAH LITERATUR

2.1 Animasi

Animasi merupakan salah satu metode ilusi visual yang membangun sebuah persepsi visual terhadap gambar statis menjadi sebuah gambar yang dinamis. Serangkaian gambar tersebut kemudian disusun, direkam dengan sebuah media, kemudian dimainkan kembali sehingga tampak gambar yang dinamis.

Ilusi gerak disebabkan oleh kemampuan mata manusia yang unik. Saat sebuah gambar jatuh tepat di retina, otak manusia merekam dan mempertahankannya selama beberapa saat. Percobaan ini pertama kali dilakukan pada tahun 1765 oleh Chevalier D'Arcym, dan menyimpulkan bahwa jangka waktu otak manusia mempertahankan gambar tersebut sekitar sepersepuluh detik.

Pada awal abad ke-19, manusia mulai mengembangkan perangkat untuk lebih menyelidiki efek ini. Beberapa alat aplikasi mulai di kembangkan dengan tujuan hiburan, antara lain *Thaumatrope*, *Zoetrope*, *Phenakistoscope* (Joseph Plateau), dan *Praxinoscope* (Emilie Reynaud). Peralatan tersebut sangat populer saat itu, bahkan merupakan sebuah benda mewah.

Setiap animator, walaupun berbeda gaya dan terapan ilmu, selalu memiliki kesamaan dalam pembuatan film animasinya, yaitu waktu. Penggunaan waktu pada seorang animator bervariasi, proses waktu ini biasanya lebih dikenal dengan *frame per second* (fps). Dengan menentukan fps, animator akan

mengetahui berapa banyak gambar yang ia butuhkan untuk membuat keseluruhan film animasinya. Standar untuk *frame* pada sebuah film dan video, antara lain :

1. Film – 24 *frame* setiap detik
2. Video (PAL) – 25 *frame* setiap detik
3. Video (NTSC) – 30 *frame* setiap detik.

Waktu merupakan aspek yang paling mendasar dari sebuah animasi, dengan berbagai variasi penerapan sesuai dengan hasil gerakan yang dibutuhkan oleh seorang animator. Animator terdahulu seperti Winsor McCay, Ub Iwerks, Grim Natwick, Pat Sullivan dan lainnya telah membuka wawasan untuk generasi saat ini, untuk menganalisis dan merumuskan prinsip-prinsip waktu dalam animasi.

“In order to do the fantastic we must first understand the real” Walt Disney

Statement yang dikemukakan ini memiliki makna bahwa untuk membuat sebuah gerakan animasi yang memiliki standar tinggi, kita harus memahami terlebih dahulu perilaku yang terjadi di kehidupan nyata.

Pembuatan gerakan yang tepat dalam sebuah animasi mirip dengan sebuah akting, hanya saja memiliki terapan yang sedikit berbeda pada animasi. Animator harus berusaha agar gerakan yang dihasilkan terlihat realistis dan natural, walaupun ada beberapa gerakan yang kurang masuk akal, namun masih terlihat alami dan dapat meyakinkan orang yang melihatnya, bahwa hal itu mungkin.

Banyak aspek yang dapat mempengaruhi pembuatan gerakan pada sebuah animasi, dalam buku *Animation the Mechanics of Motion* yang ditulis oleh Chris Webster, setidaknya terdapat 12 prinsip yang harus ada dalam pembuatan animasi, yaitu :

1. *Solid Drawing*

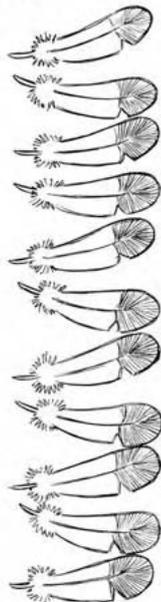
Menggambar merupakan model utama yang harus dimiliki oleh seorang animator karena kemampuan menggambar seorang animator akan mempengaruhi hasil dari gerakan pada sebuah karakter. Seorang animator yang dapat menghasilkan gerakan animasi yang baik tidak pernah terlepas dari kemampuannya dalam menggambar.

2. *Timing and Spacing*

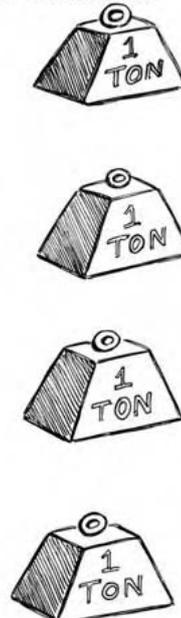
Timing berguna untuk menentukan kapan sebuah gerakan harus terjadi, hal ini sangat penting agar setiap gerakan memiliki keterkaitan antara gerakan yang satu dengan yang lain. Sedangkan *spacing* berpengaruh pada percepatan dan perlambatan sebuah gerakan, agar gerakan tersebut terlihat lebih hidup.

Basic Timing

The shorter the distance between drawings the slower the action



The greater the distance between drawings the faster the action



Gambar 2.1 *Timing*
(Animation The Mechanics of Motion)

3. *Squash and Stretch*

Efek memuai atau menyusut yang terjadi pada gambar sebuah animasi, dimana sebuah benda pasti mengalami perubahan bentuk bila mendapatkan sebuah daya dari luar benda tersebut. Dengan penambahan efek ini, sebuah benda akan terlihat lebih hidup dan dinamis.

4. *Anticipation*

Dalam melakukan sebuah gerakan dibutuhkan sebuah gerakan persiapan (antisipasi), seperti saat orang hendak memukul dibutuhkan gerakan mundur terlebih dahulu. Dengan adanya antisipasi ini, gerakan akan terlihat lebih baik dan tidak kaku.

5. *Slow In and Slow Out*

Efek ini merupakan penegasan dari prinsip *spacing*, dengan adanya pengaruh gravitasi, sebuah benda yang bergerak pasti menghasilkan percepatan atau perlambatan gerakan.

6. *Arcs*

Sebuah gerakan harus memiliki pola tertentu, pola gerakan inilah yang dikenal dengan sebutan *arcs*. Pola gerakan pada animasi dibuat agar sebuah karakter memiliki gerakan yang konstan dan tidak berubah ubah.

7. *Secondary Action*

Gerakan tambahan yang dibuat untuk memperkuat gerakan utama agar terlihat lebih alami. Gerakan ini hanya sebagai penunjang dari gerakan awal dan bukan merupakan gerakan yang menjadi pusat perhatian dari sebuah karakter.

8. *Follow Through and Overlapping Action*

Walaupun dalam keadaan tidak melakukan suatu kegiatan (gerakan), setiap makhluk hidup secara tidak sadar melakukan gerakan pada bagian tubuh tertentu, gerakan inilah yang dikenal dengan *follow through*. Sedangkan gerakan *overlapping action* merupakan gerakan yang saling mendahului pada sebuah gerakan utama.

9. *Straight Ahead Action and Pose to Pose*

Dalam membuat sebuah gerakan animator biasanya menggunakan dua macam cara pengerjaan. *Straight ahead Action*, merupakan pembuatan gerakan oleh seorang animator dari awal sampai selesai, sedangkan cara lainnya adalah *Pose to Pose*, dimana animator hanya membuat gerakan utama dan gerakan pendukung akan dikerjakan oleh asisten/animator lain. Setiap cara memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

10. *Staging*

Pembuatan suasana/lingkungan merupakan sebuah faktor pendukung sebuah gerakan dalam cerita yang ingin disampaikan.

11. *Appeal*

Gaya visual dalam sebuah animasi sangat beragam. Seorang animator pasti memiliki gaya tertentu dalam membuat gerakan dan juga tokoh animasinya.

Gaya visual ini sangat penting bagi seorang animator untuk menunjukkan jati dirinya.

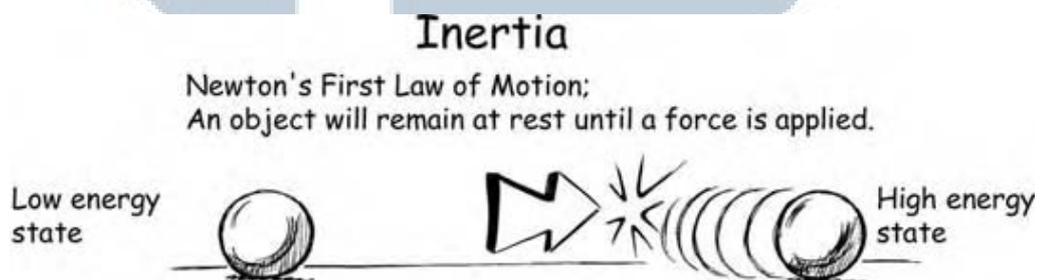
12. Exaggeration

Pada sebuah animasi, melebih-lebihkan (hiperbolis) sebuah gerakan terkadang diperlukan untuk mempengaruhi cerita yang ingin disampaikan agar karakter terlihat lebih berekspresi.

Pendapat Sir Isaac Newton pada tahun 1687 tentang prinsip dasar dari hukum gerak adalah (Webster,2005,14) :

1. Inertia

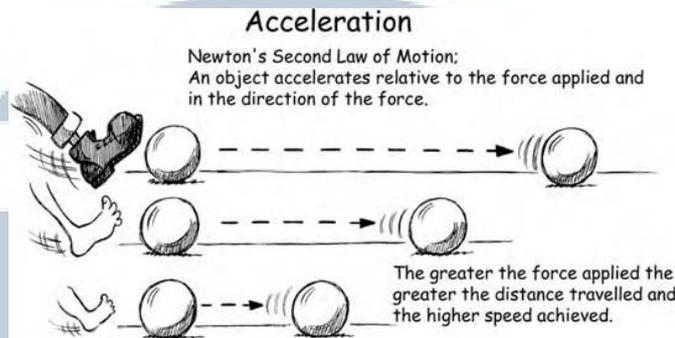
Newton menyatakan bahwa hukum gerak pada setiap objek yang memiliki berat tertentu, akan mengalami pergerakan yang statis sampai mendapatkan pengaruh



Gambar 2.2 *Inertia*
(Animation The Mechanics of Motion)

2. *Constan Acceleration*

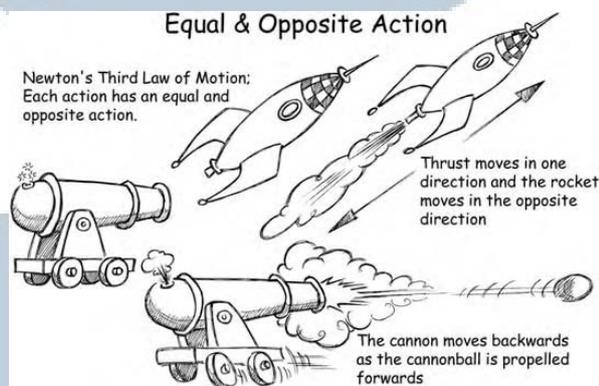
Hukum ke-dua yang dikemukakan oleh Newton, bahwa semakin besar gaya yang diberikan pada sebuah objek, maka percepatan yang dihasilkan akan semakin besar. Semakin besar massa benda, maka gaya yang dibutuhkan untuk memindahkan objek akan semakin besar



Gambar 2.3 *Acceleration*
(Animation *The Mechanics of Motion*)

3. *Equal and Opposite Action*

Hukum ke-tiga, adalah untuk setiap gaya yang diberikan oleh sebuah objek ke objek yang lain, maka daya yang akan diterima oleh masing-masing objek akan mendapatkan efek yang sama besarnya dengan daya yang dikeluarkan.



Gambar 2.4 *Equal and Opposite Action*
(Animation *The Mechanics of Motion*)

Chris Webster dalam bukunya yang berjudul *Animation The Mechanics of Motion* membagi animasi dalam empat kategori gerakan:

1. *Acting*

Kategori ini hanya menggambarkan bentuk yang paling dasar dari sebuah gerakan animasi. Gerakan ini tidak ada hubungannya dengan keadaan alam

dan hal ini merupakan sesuatu yang abstrak. Gerakan ini tidak mempengaruhi dan dipengaruhi dengan objek lainnya dan merupakan gerakan yang berdiri sendiri.

2. *Animation*

Kategori ini menggambarkan sebuah gerakan yang berasal dari motivasi dalam subjek itu sendiri. Gerakan yang dihasilkan merupakan niat internal sebuah subjek yang memang harus melakukan hal tersebut.

3. *Action*

Kategori ini menggambarkan gerakan yang terjadi karena adanya pengaruh dari pihak lain di luar keinginan dari subjek. Gerakan ini terjadi secara alami, subjek melakukan gerakan tersebut atas dasar hukum alam yang berlaku.

4. *Activity*

Kategori gerakan ini merupakan tingkatan tertinggi dalam gerakan pada animasi. Tidak hanya karena hukum alam atau motivasi internal, tetapi ada alasan psikologis yang jelas untuk mendorong terjadinya gerakan ini. Animator harus dapat mengalami dan merasakan hal-hal yang harus subjek lakukan. Gerakan ini dapat memperlihatkan kepribadian dari sebuah karakter dalam menanggapi konflik yang ada. Sehingga animator dapat menciptakan sebuah narasi cerita yang menarik.

Dalam perkembangannya sendiri, teknik animasi telah mengalami perkembangan dari sebuah gerakan yang sederhana, menjadi gerakan yang kompleks. Pada abad ke-18, animasi masih dibuat untuk sebuah gerakan pengulangan, seperti orang berjalan, berlari, melompat, dan sebagainya. Seiring

perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, animasi juga mengalami berbagai macam perkembangan peralatan dan teknik. Setiap teknik, memiliki kelebihan dan kekurangan, dan yang terpenting, memiliki hasil visual yang memiliki ciri khas tersendiri. Salah satu teknik animasi yang sampai saat ini masih sering digunakan adalah *stop motion*.

2.1.1 Animasi *Stop Motion*

Membuat sebuah animasi, sama halnya seperti kita membuat sebuah dunia dengan segala isinya. Kita juga harus bisa membuat sebuah karakter yang pada awalnya adalah sebuah benda mati menjadi hidup untuk melakukan hal yang kita inginkan untuk menjadi sebuah film. Apapun media yang digunakan untuk pembuatan animasi, seorang animator harus memahami gerakan dan emosi sebagai dasar dari terciptanya sebuah film animasi.

Stop motion animation, merupakan salah satu arus dalam dunia animasi. Kata *stop motion* berawal dari sebuah persepsi di mana para animator mencoba membuat benda yang mati menjadi seolah hidup. Dengan kata lain, objek pada animasi *stop motion* tidak bergerak (statis) yang kemudian direkam setiap gerakannya, lalu digabungkan secara berurutan, dan hasilnya objek yang statis tersebut bergerak atau seolah hidup. Animasi *stop motion* berlaku untuk obyek apapun, dengan kata lain keunggulan dari teknik *stop motion*, yaitu obyek yang digerakan tidak hanya berupa gambar 2D, tetapi juga dapat diaplikasikan untuk objek, seperti *puppet*, *action figure*, pasir, dan juga manusia.



Gambar 2.5 Contoh Karakter pada *Stop Motion Animation*
(Stop Motion-Craft Skills for Model Animation)

Stop motion sering pula disebut dengan nama *Claymation* karena dalam perkembangannya, para animator sering menggunakan tanah liat untuk menciptakan karakter. Pada tahun 1898 Albert E Smith dan J Stuart, membuat sebuah film yang berjudul *The Humpty Dumpty Circus* dengan menggunakan mainan dari tanah liat, kemudian Stuart Blakton pada tahun 1906, ia menggambar ekspresi wajah sebuah tokoh kartun di atas papan tulis, setiap goresan yang ia buat difoto dengan kamera, kemudian dihapus untuk menggambar ekspresi selanjutnya. Mulai saat itu, teknik *stop motion* mulai disenangi oleh para animator, sampai pada tahun 1925, Willis oBrien membuat film tentang dinosaurus dengan judul *The Lost World* dan film *King Kong* pada tahun 1933. Kedua film tersebut yang memperkenalkan teknik *stop motion* kepada dunia. Bahkan sampai saat ini teknik tersebut terus berkembang dan tidak sedikit film sukses yang menggunakan *stop motion*, seperti *The Nightmare before Christmas* (1993), *Chicken Run* (2000), *Corpse Bride* (2005), dan sebagainya.

Dalam mendesain sebuah karakter yang akan digunakan dalam *Stop motion Animation*, Susannah Shaw dalam bukunya yang berjudul *Stop motion: Craft Skill for Model Animation* tahun 2004, menjabarkan beberapa langkah, yaitu :

1. Membuat sketsa dasar karakter
2. Menentukan ukuran dari karakter tersebut
3. Menentukan teknis yang menghubungkan setiap gaya, dialog, dan gerakan
4. Menentukan struktur dan bahan yang akan digunakan
5. Mulai proses pembuatan (*modeling character*) dari rangka lalu daging
6. Tahap akhir adalah pewarnaan



Gambar 2.6 Jenis Bahan yang Digunakan untuk Pembuatan Karakter *Stop Motion* (Stop Motion-Craft Skills for Model Animation)

Penggunaan rangka adalah cara terbaik untuk mengendalikan sebuah karakter model. Kerangka biasanya menggunakan bahan kawat dari aluminium yang disambung dengan kawat yang lebih tipis pada setiap bagiannya. Untuk bahan daging, biasanya para animator menggunakan tiga jenis bahan yaitu tanah liat (*clay*), lilin mainan, dan latex. Setiap jenis bahan memiliki karakter yang berbeda dalam membuat sebuah gerakan, jadi pengenalan akan bahan akan sangat menentukan biaya yang akan dikeluarkan dan hasil akhir dari *visual* yang kita inginkan.

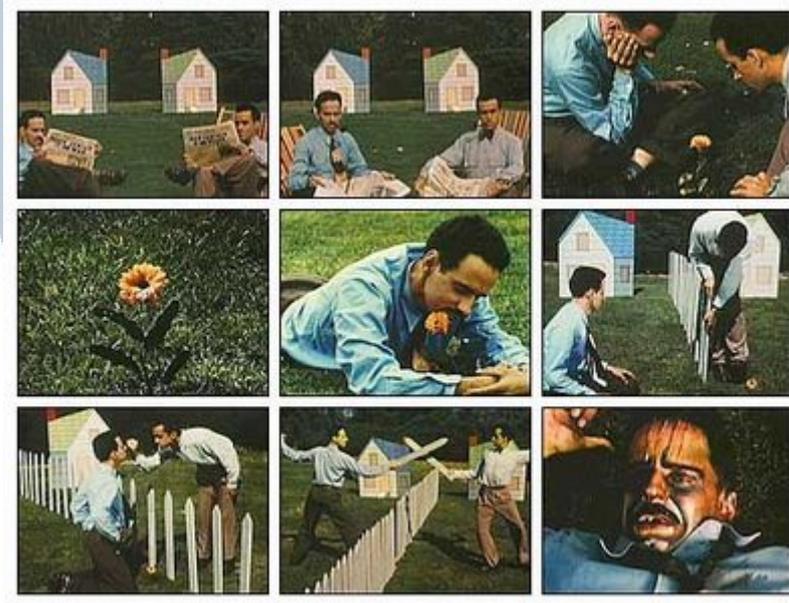


Gambar 2.7 Rangka Karakter/ *Armature*
(Stop Motion-Craft Skills for Model Animation)

Pada dasarnya *stop motion* menggunakan metode yang sama dengan pembuatan animasi lainnya, hanya saja *stop motion* memiliki jumlah *frame* dalam satu detik berkisar 8-12 *frame* (cut out), berbeda dengan animasi yang

menggunakan 24 *frame* setiap detiknya, sehingga gerakan yang dihasilkan akan terkesan tidak halus.

Teknik *stop motion* yang digunakan pada manusia biasa disebut dengan sebutan *pixilation*. Ditemukan oleh seorang animator Norman McLaren, berkebangsaan Kanada, melalui sebuah filmnya yang berjudul *Neighbours* tahun 1952 yang memenangkan piala *Oscar*.



Gambar 2.8 Film *Pixilation* Pertama yang Berjudul *Neighbour*
(<http://www.komix.it/page.php?idArt=4917>)

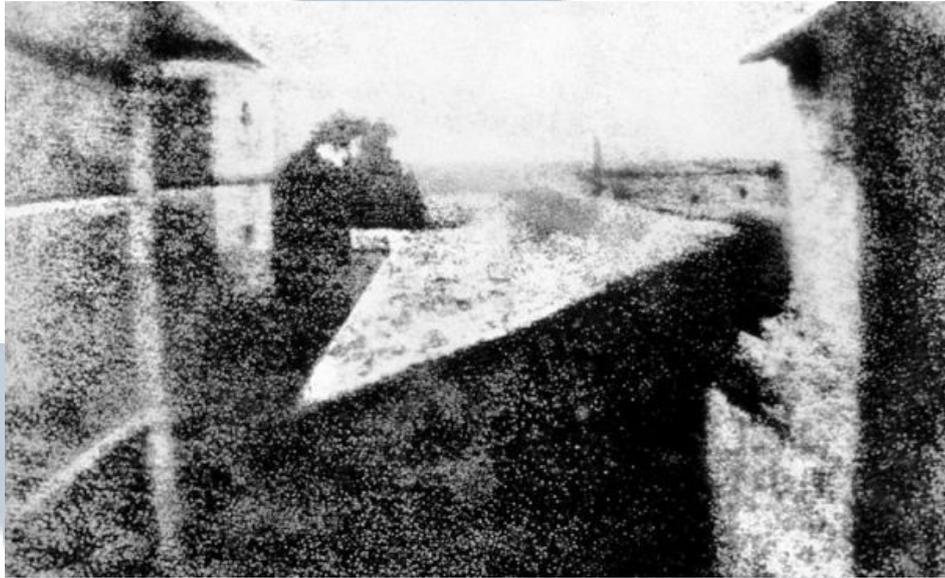
Furniss dalam bukunya yang berjudul *Art in Motion: Animation Aesthetics* mengemukakan bahwa *pixilation* merupakan sebuah teknik yang berkaitan erat dengan *live action*. Pada dasarnya proses pembuatan *pixilation* dan film *live action* serupa, hanya saja teknik pengambilan gambarnya yang berbeda. Teknik pengambilan gambar pada *pixilation* lebih menyerupai teknik *stop motion*, oleh sebab itu *pixilation* dapat dikategorikan sebagai salah satu jenis dari *stop motion*.

2.2 Fotografi

Awalnya fotografi di Eropa menggunakan kamera obscura. Alat ini menangkap gambar, lalu memproyeksikannya ke sebuah bidang datar, sehingga para pelukis dapat meniru gambar hasil dari proyeksi tersebut.

Kemudian, sekitar tahun 1725, Seorang kebangsaan Jerman, Johann Heinrich Schulze, menemukan sebuah bahan kimia yang bila terkena cahaya akan berubah warna menjadi hitam. Sehingga, pada tahun 1781 di Prancis, Joseph Nicéphore Niepce, mengembangkan bahan kimia tersebut pada sebuah kertas, dan ia berhasil memproyeksikan gambar tersebut pada sebidang kertas, dan foto inilah yang merupakan awal dari terbentuknya sebuah kertas foto (O'Brien, 1995, 11).

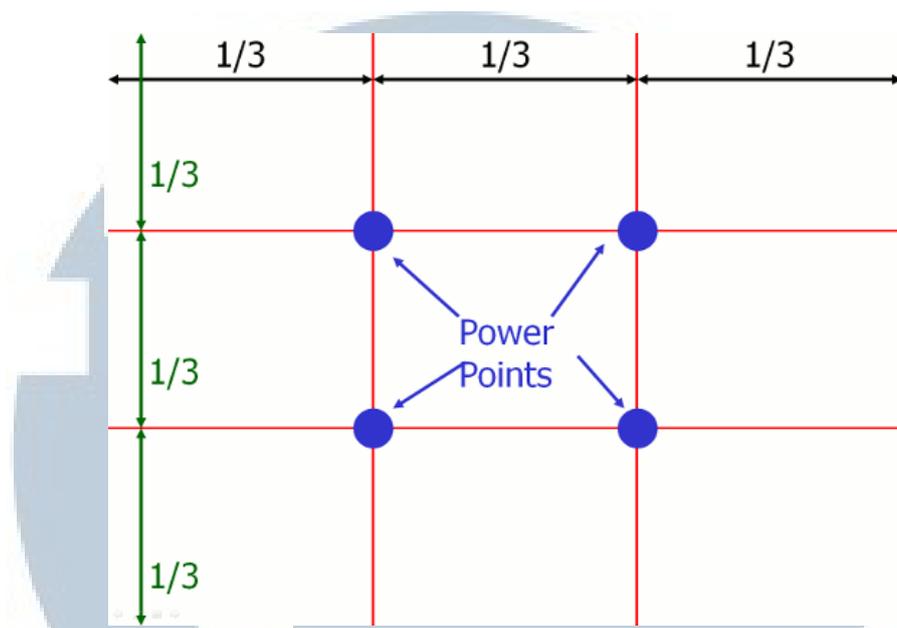
Pada tahun 1850 sampai saat ini masih banyak yang mendebatkan tentang keterkaitan fotografi dan seni. Menurut Oscar Rejander dan Henry Peach Robinson, berpendapat bahwa sebuah foto merupakan perwakilan perasaan dari fotografer, sama halnya dengan sebuah lukisan yang merupakan ekspresi dari seorang seniman. Di pihak lain, Peter Henry Emerson dan George Davison berpendapat bahwa, gambar yang dihasilkan dalam sebuah foto merupakan hasil dari suatu keadaan yang nyata atau sudah ada tanpa harus sang fotografer menciptakannya terlebih dahulu. Jadi, fotografi tidak bisa terkait dengan seni, karena fotografi hanya terbatas dengan fotografi itu sendiri. Pernyataan ini dibantah oleh Oscar Rejander, karena gambar yang dihasilkan oleh sebuah lukisan juga merupakan gambaran dari suatu hal yang sudah ada, hanya saja pelukis dapat lebih bebas mengatur kondisi yang ia iunginkan dalam lukisannya, sehingga tidak ada bedanya dengan fotografi (O'Brien, 1995, 16).



Gambar 2.9 Foto Pertama di Dunia
(The Photographic Eye)

2.2.1 Komposisi dalam Fotografi

Komposisi dalam dunia fotografi, seperti yang tertulis dalam buku *The Photographic Eye*, merupakan susunan elemen visual dalam kerangka foto. elemen yang terdapat dalam sebuah foto adalah garis, tekstur, bentuk, cahaya, gerak, dan perspektif. Setiap elemen ini digabungkan dalam proporsi yang tepat untuk menghasilkan sebuah efek visual yang diinginkan, dengan kata lain setiap unsur yang didalamnya bertujuan untuk memperkuat hasil visual secara keseluruhan. Seorang fotografer yang baik harus memperhatikan setiap elemen tersebut agar tidak ada elemen yang mengganggu atau tidak ada tujuannya. Dapat disimpulkan dalam sebuah komposisi foto harus terdapat unsur struktur, keseimbangan, dan dinamika. Tanpa adanya ketiga hal tersebut maka sebuah foto tidak akan memiliki arti.



Gambar 2.10 *Rule of Third*

(sumber : <http://sixminutes.dlugan.com/wp-content/uploads/2008/06/rule-of-thirds-grid.gif>)

Komposisi pada fotografi biasa dikenal dengan nama *rule of third* (sepertiga bidang). Dengan aturan sepertiga bidang, kita akan membagi sebuah foto menjadi tiga bidang vertical dan horizontal. Penempatan objek utama (*point of view*) yang baik terdapat pada pertemuan antara garis vertical dan garis horizontal seperti yang diperlihatkan pada gambar 2.-. unsur pendukung pada sebuah foto biasa dinamakan latar belakang (*background*) dan latar depan (*foreground*). Dengan menggabungkan latar depan, latar belakang, dan objek utama, maka sebuah foto akan dikatakan lengkap. Pengetahuan mengenai komposisi pada fotografi merupakan hal yang wajib, tetapi tidak baku. Penggunaan aturan sepertiga bidang lebih sebagai panduan yang kemudian dikombinasikan dengan kreatifitas, maksud, dan tujuan dari fotografer itu sendiri.

2.2.2 Fotografi Komersial

Sejak tahun 1800-an, fotografi telah memainkan perannya yang sangat bermakna bagi kehidupan manusia, sejak saat itu fotografer merupakan sebuah profesi. Seiring perkembangan teknologi, profesi sebagai fotografer sudah setara dengan profesi lainnya seperti guru, pengacara, dokter, dan lainnya.

Sejak fotografi diyakini sebagai salah satu media untuk menggambarkan ide, maka fotografi pun semakin diyakini telah menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas manusia dalam menyampaikan pandangannya. Bila gagasan yang ingin disampaikan bermakna untuk memperlihatkan nilai-nilai estetika atau keindahan, maka ia akan menjadi fotografi seni. Apabila gagasannya berkaitan dengan kepentingan bisnis atau komersial, maka ia akan disebut sebagai fotografi komersial. Kemudian, bila gagasan yang ingin disampaikan berkaitan dengan dokumentasi atau menyampikan informasi, ia pun menjadi fotografi jurnalistik. Dengan demikian, bila kita melihat pengelompokan tersebut, bisa disimpulkan bahwa profesi fotografer memiliki cangkupan bidang yang luas (O'Brien, 1995, 26).

Dalam fotografi komersial, juga terdapat bagian-bagian yang beragam. Dewasa ini tidak ada satu pun bidang usaha atau bisnis yang tidak memerlukan jasa fotografi. Dengan kata lain, tidak ada usaha atau bisnis yang berjalan tanpa dukungan fotografi. Peran fotografi dalam sebuah usaha atau bisnis, mencakup pemasaran/iklan, identitas perusahaan, dan dokumentasi kegiatan.

Fotografi periklanan adalah fotografi yang mengkhususkan spesialisasinya dalam dunia periklanan. Dunia periklanan memberikan lahan yang luas untuk para

fotografer mengembangkan kreatifitas dan kemampuannya. Semua produk sebuah perusahaan baik yang bergerak dalam penjualan barang atau jasa, memperkenalkan kepada konsumen melalui iklan. Fotografi memiliki peran yang sangat besar dan penting bagi dunia atau media periklanan dalam menyuguhkan sebuah karya iklan yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Prinsip utama dalam membuat sebuah iklan adalah menarik perhatian masyarakat, sehingga masyarakat tertarik untuk memiliki produk tersebut, maka seorang fotografer komersial perlu memiliki wawasan atau pengetahuan mengenai ilmu ekonomi dan ia juga harus memiliki kepekaan terhadap nilai estetika yang cocok untuk produk yang ingin dipasarkan. Nilai estetika tersebut yang membangun emosi seseorang dan membuatnya ingin memiliki produk tersebut.

2.2.2.1 Fotografi *Fashion*

Salah satu jenis dari fotografi komersial yang memiliki daya tarik dan pesona adalah fotografi *fashion* atau busana. Dalam membuat sebuah fotografi *fashion*, dibutuhkan keahlian khusus yang berbeda dengan fotografi untuk iklan pada umumnya.

Fotografi *fashion* mengkedepankan segi artristik atau nilai-nilai estetika yang tinggi karena ada dua unsur yang menjadi bahan eksplorasi fotografer, yaitu busana dan model yang mengenakannya. Karena itu fotografi *fashion*, nilai estetika yang dihasilkan harus dapat mewakili rancangan busana dengan dipadukan lokasi dan tat ariais yang dikenakan model.

Dalam foto *fashion*, detail busana menjadi point penting untuk di tampilkan, karena point tersebut merupakan penggambaran kemampuan atau kreatifitas dari seorang perancang busana. Tata rias, *pose*, dan latar belakang merupakan aspek penunjang busana yang dipakai, agar secara keseluruhan gambar yang dihaslkan mempunyai kesatuan, keindahan, dan daya jual.

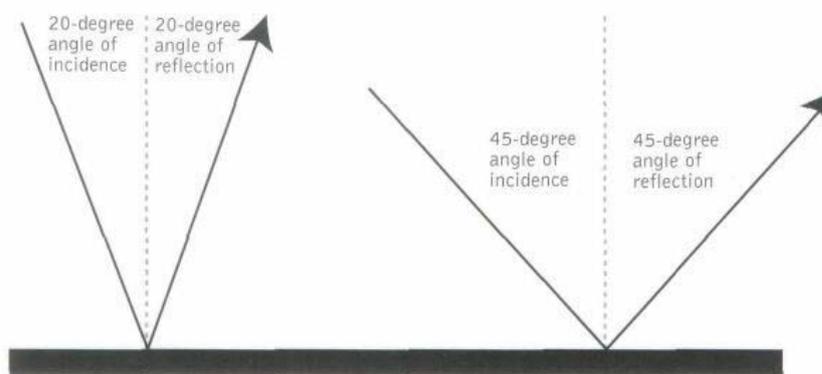
Dalam bekerja, fotografer *fashion* tidak akan bekerja sendiri, harus terjalin kerja sama yang baik dengan perancang mode, *fashion stylist make-up artist*, dan model. Dengan terjalin hubungan kerjasama yang baik, maka konsep yang akan digunakan pada suatu busana akan menghasilkan penggambaran yang baik juga. Hasil foto yang memiliki nilai estetika yang tinggi akan membuat batasan etika menjadi sedikit kabur, bahkan untuk beberapa orang sudah tidak terlihat lagi. (*Lou Jacobs Jr, 2005*)

2.2.3 Pencahayaan dalam Fotografi

Berbicara tentang fotografi, pasti tidak akan pernah terlepas dari pembahasan cahaya, karena cahaya merupakan sumber utama yang membuat sebuah foto tercipta, selain itu kita juga mengenal bahwa fotografi merupakan seni yang melukis dengan cahaya.

Untuk memaksimalkan penggunaan cahaya dalam fotografi kita harus terlebih dahulu mengenal sifat-sifat cahaya. Sifat-sifat cahaya sangat erat kaitannya dengan hukum fisika, sehingga untuk mengetahui aturan fotografi kita juga harus memahami hukum dasar fisika. Energy cahaya bergerak dalam gelombang, setiap panjang gelombang yang berbeda menghasilkan warna yang

berbeda. Spektrum elektromagnetik adalah istilah untuk berbagai macam gelombang, mulai dari yang terpendek hingga yang terpanjang. Dalam spectrum ini cahaya dibagi menjadi beberapa warna, yaitu merah, jingga, kuning, hijau, biru, nila, ungu. Warna inilah yang biasa kita lihat pada pelangi, sebagai hasil dari pembiasan dari sumber cahaya.



Gambar 2.11 Sudut Pantulan Cahaya
(Master Lighting Guide-for portrait photographer)

Dalam dunia fotografi terdapat dua sumber cahaya yang paling sering digunakan oleh fotografer, yaitu cahaya matahari dan cahaya lampu. Seorang fotografer yang baik harus dapat memanfaatkan sumber cahaya yang ada. Dalam fotografi komersial, fotografer biasanya menggunakan sumber cahaya dari *strobe light*, dan ia harus dapat menentukan posisi dan besar cahaya yang akan diberikan kepada obyek. Lokasi foto biasanya menggunakan studio yang tertutup rapat dari cahaya matahari.

Menurut Christopher Gray dalam bukunya yang berjudul *Master Lighting Guide*, tahun 2004, membahas tentang sifat-sifat dari cahaya, yaitu :

1. *Color Temperatur*

Baron Kelvin pada tahun 1800-an menemukan skala suhu untuk sebuah warna, suhu warna memiliki satuan Kelvin (K). Semakin tinggi angka suhu warna, maka cahaya yang akan dihasilkan akan tampak kemerahan (warna panas), sedangkan bila suhu warna dalam skala rendah, maka cahaya yang dihasilkan akan tampak kebiruan.

Pada sebuah kamera digital biasanya memiliki fitur untuk mengatur suhu warna agar gambar yang dihasilkan memiliki warna normal (tidak kemerahan atau kebiruan).

2. *Direction*

Hasil foto yang baik harus terlihat natural dan memiliki satu sumber/arah cahaya dominan, karena dalam kehidupan kita hanya memiliki satu sumber/arah cahaya yang dominan yaitu matahari, walaupun pemfotoan dilakukan dalam sebuah studio. Hal ini sudah terset di otak kita, bahwa kondisi *visual* yang baik hanya memiliki satu sumber/arah cahaya dominan.

3. *Quality*

Kualitas sebuah cahaya sangat menentukan faktor dari penampilan bentuk sebuah subyek. Sumber cahaya yang memiliki kualitas cahaya kecil akan membentuk sebuah bayangan yang tajam, sedangkan bila sumber cahaya besar, maka bayangan yang dihasilkan akan lebih halus dan luas. Selain menghasilkan sebuah bayangan kualitas cahaya juga menentukan titik terang pada sebuah benda, yang biasa kita kenal dengan *highlight*. Sebuah gambar yang baik memiliki tiga jenis kualitas cahaya terang, normal, dan gelap

(*highlight*, *midtone*, dan *shadow*) dengan tingkat ketajaman yang rata tergantung dari hasil foto yang ingin dicapai oleh seorang fotografer.

4. *Contrast*

Kontras adalah perbedaan antara bidang terang dan gelap yang kemudian akan menerjemahkan sebuah bentuk dari dua dimensi ke tiga dimensi dan dalam persepsi kita. Perbedaan kontras dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, saat matahari sedang terik, maka bayangan yang dihasilkan akan semakin pekat dan bidang terang juga akan semakin tinggi, sedangkan bila cuaca sedang mendung maka transisi dari terang ke gelap akan semakin pudar.

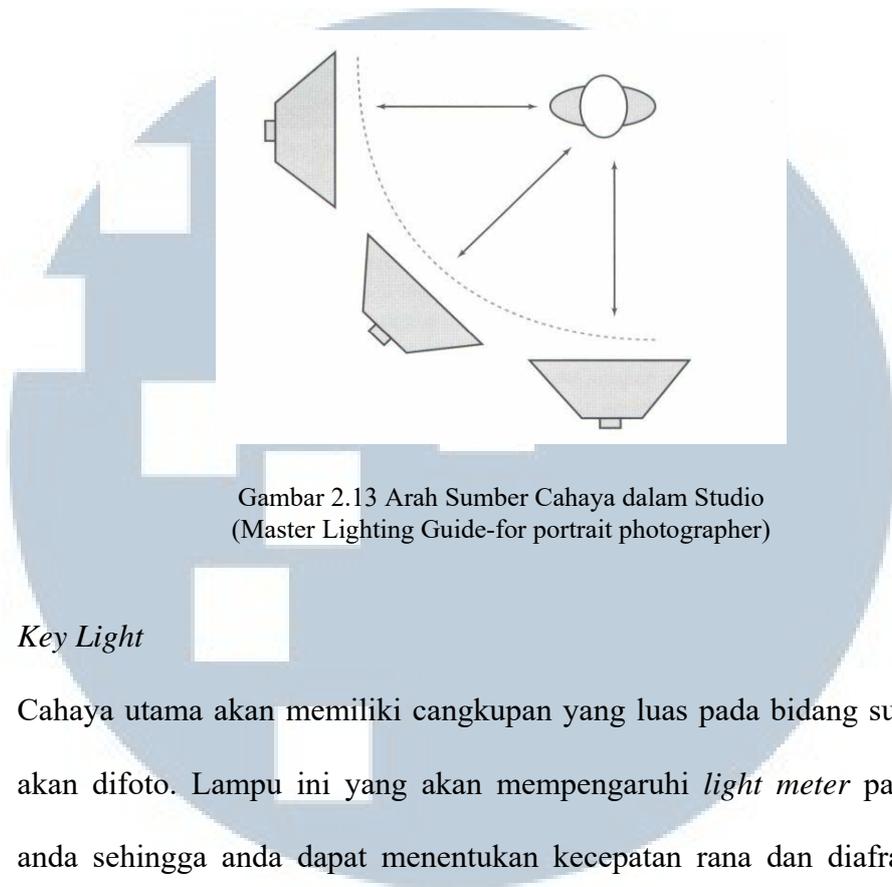


Gambar 2.12 Perbandingan Foto Kontras Tinggi dengan Kontras Rendah

2.2.3.1 Pencahayaan Studio Fotografi

Setiap posisi sumber cahaya dalam studio akan menghasilkan hasil dan kegunaan yang berbeda. Pencahayaan dalam fotografi studio dapat dibedakan menurut fungsinya, yaitu (Grey, 2004,14):

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.13 Arah Sumber Cahaya dalam Studio (Master Lighting Guide-for portrait photographer)

1. *Key Light*

Cahaya utama akan memiliki cangkupan yang luas pada bidang subyek yang akan difoto. Lampu ini yang akan mempengaruhi *light meter* pada kamera anda sehingga anda dapat menentukan kecepatan rana dan diafragma pada kamera.

2. *Fill Light*

Cahaya yang bertujuan mengurangi bayangan yang terlalu kontras pada sebuah foto. Kekuatan cahaya yang dihasilkan pada lampu ini akan memiliki kualitas yang lebih kecil dibandingkan lampu utama.



Gambar 2.14 Contoh Foto yang Menggunakan *Fill Light*

3. *Kicker Lights*

Lampu yang bertujuan memisahkan subyek anda dengan latar belakang. Lampu ini juga berguna agar sebuah obyek memiliki ruang atau dimensi tersendiri, dan tidak menyatu dengan latar belakang.



Gambar 2.15 Contoh Foto dengan *Kicker Light*

4. *Background Lights*

Cahaya yang dihasilkan tidak mengenai subyek foto, tetapi akan menerangi latar belakang. Lampu ini bertujuan untuk memberikan kesan kondisi yang ingin disampaikan fotografer dalam sebuah foto.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.16 Contoh Foto yang Menggunakan *Background Lights*

Dalam sebuah foto, tidak selalu keempat unsur cahaya ini muncul. Semuanya tergantung pada konsep awal fotografer untuk menentukan bagian yang ingin ditampilkan dalam sebuah foto.

2.3 *Fashion* dan Tren

Busana merupakan salah satu kebutuhan primer manusia dari masa kemasa. Tidak ada penjelasan yang pasti tentang ditemukannya busana, tetapi banyak ahli mengatakan bahwa busana sudah ada sejak manusia ada. Manusia purba mengenakan pakaian hanya untuk melindungi tubuhnya dari kondisi cuaca. Perkembangan busana manusia dari masa ke masa, menunjukkan bahwa busana merupakan suatu ilmu terapan tersendiri yang bisa dipelajari dari berbagai aspek. Ilmu yang mempelajari busana itulah yang disebut dengan *fashion*. *Fashion* itu sendiri bermakna cara, kebiasaan, atau mode penampilan seseorang untuk memperlihatkan karakternya dengan cara tertentu.

Perkembangan *fashion* dunia menemui titik terang sekitar tahun 1920-an, di mana pada masa itu terjadi sebuah gerakan oleh kaum perempuan untuk mencapai kebebasan dan kemerdekaannya. Perempuan menuntut adanya persamaan derajat dengan kaum pria. Peran *fashion* pada masa ini sangat besar artinya bagi kaum perempuan, di mana saat itu *fashion* merupakan salah satu alat untuk menunjukkan jati diri seorang perempuan, yang tidak kalah dari kaum pria. Hal ini ditunjukkan dengan ditemukannya pelapis pundak untuk mode pada masa itu, perempuan ingin menunjukkan bahwa mereka mampu untuk menanggung beban sama seperti seorang pria.

Memasuki perang dunia kedua sekitar tahun 1930an, perkembangan *fashion* sedikit terhambat. Keadaan dunia saat itu sedang mengalami masa kelamnya, sehingga terjadi perang yang mengakibatkan orang-orang lebih fokus untuk menyelamatkan dirinya daripada mementingkan busana yang ia kenakan.

Setelah perang usai, *fashion* menemukan kembali jalannya melalui film. Seorang perancang busana dapat mempublikasikan kreatifitas mereka untuk mode terbarunya melalui film, sehingga terciptalah sebuah tren di masyarakat.

Fashion yang saat ini di setiap negara memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda beda. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti, iklim, komoditas bahan, kondisi politik suatu negara, dan masih banyak lagi hal yang dapat mempengaruhi perkembangan sebuah *fashion*.

2.3.1 *Man's Fashion*

Seorang pria sering kali berpandangan negatif tentang *fashion* dan cenderung takut untuk merubah gaya berpakaian. Perubahan dalam gaya berpakaian memiliki potensi positif dalam hidup. Gaya berpakaian dapat mempengaruhi pandangan seseorang tentang diri anda, dengan tidak adanya perubahan gaya berpakaian menuju ke hal yang lebih baik, maka orang lain tidak akan melihat adanya perubahan diri anda menuju ke suatu yang lebih baik.



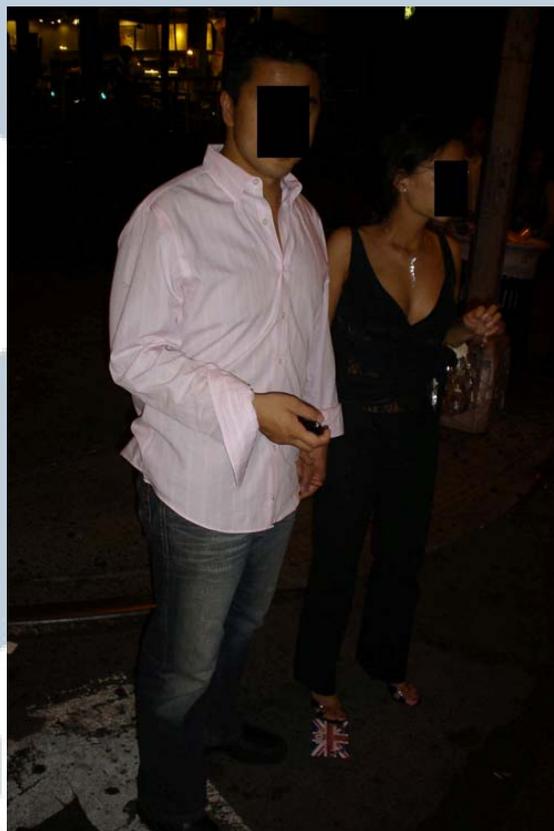
Gambar 2.17 Contoh Penampilan yang Baik dan Tidak Baik (Internet)

Kita dapat melihat perbedaan berpakaian di sekeliling kita, tentu saja pakaian seorang pekerja dan seorang pemilik perusahaan berbeda. Hal ini bukanlah terpengaruh oleh harga, banyak pakaian bagus yang bisa didapatkan tanpa harus membelinya dengan harga yang tinggi, hal ini berpengaruh terhadap semua seseorang untuk menampilkan dirinya kearah yang lebih baik.

Berpakaian yang baik juga harus menyesuaikan dengan kondisi yang akan kita hadapi. Menurut Brad P dalam buku *Brad's Fashion Bible*, terdapat tiga jenis berpakaian :

1. *Normal, Well Dressed*

Gaya berpakaian ini yang paling banyak digunakan pria karena akan lebih merasa dalam zona nyaman. Hanya memerlukan kesesuaian pakaian dan celana yang akan dikenakan, dan dengan memperhatikan beberapa detail keserasian, kerapihan, dan percaya diri. Maka penampilan anda akan memberikan kesan kepada orang lain tentang jati diri anda.



Gambar 2.18 *Normal, Well Dressed*
(Men's Guide to Fashion)

2. *Sexy Stereotyping*

Gaya berpakaian ini cenderung lebih ekstrim dalam menunjukkan jati diri. Gaya berpakaian ini biasanya digunakan seseorang untuk acara tertentu yang mengharuskan diri sendiri untuk lebih menonjol dibanding yang lain. Tapi, beberapa orang akan menggunakan gaya ini untuk berpakaian sehari-hari, dan menjadikan orang lain melihat jati diri yang lebih mendalam melalui cara pakaiannya.



Gambar 2.19 Sexy Stereotyping
(Men's Guide to Fashion)

3. *Pushing Limits*

Jika seseorang telah berpengalaman di bidang *fashion* secara mendalam, maka ide untuk menunjukkan jati diri akan mencapai tahap maksimal. Pakaian yang

akan digunakan cenderung lebih unik dengan memadukan beberapa unsur tren di dalamnya. Selain itu, pengenalan akan bahan, potongan, dan warna pakaian akan diperhatikan lebih detail.



Gambar 2.20 Pushing Limits
(Men's Guide to *Fashion*)

2.3.1.1 Pose

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pose memiliki makna gaya atau sikap yang ditampilkan ketika dipotret atau dilukis, sedangkan berpose memiliki arti bersikap atau bergaya untuk dipotret atau dilukis.

Dalam dunia *fashion* dan fotografi tidak pernah terlepas dari cara seorang model berpose. Pose yang ditunjukkan oleh seorang model akan sangat menentukan makna dari busana yang digunakan. Untuk menghasilkan sebuah pose yang baik, seorang penata gaya harus mempertimbangkan beberapa faktor

yaitu ukuran tubuh, bentuk tubuh, dan usia. Dengan adanya pengenalan ketiga faktor tersebut dengan baik, maka fotografer dapat menentukan sudut pengambilan gambar, gaya yang akan dipilih, dan juga busana yang digunakan.

Pose yang digunakan untuk model pria akan menonjolkan sisi maskulin pada model tersebut. Pada sebuah situs photographytalk.com dijelaskan bahwa dalam membuat sebuah pose untuk model pria kita harus memperhatikan unsur-unsur penting, seperti :

1. Wajah model harus menjadi *point of view* dalam sebuah foto.
2. Pose untuk pria akan lebih baik jika lebih berbentuk kotak.
3. Posisi kaki dan badan model harus seimbang.
4. Posisi tangan model harus terlihat mengepal seperti posisi tinju.
5. Posisi bahu harus lebih rendah, tidak seperti pose seorang wanita.
6. Posisi dagu harus sedikit turun.
7. Dalam banyak kasus, posisi mata harus searah dengan posisi hidung.
8. Posisi punggung harus tegak, walaupun dalam keadaan duduk.

2.3.1.2Jeans

Jeans berasal dari kata jean, sejenis bahan yang dibuat di Eropa. Para pelaut dari Genoa di Italia, telah mengenakan bahan jeans sejak lama. Bahan tersebut mulai dikenal di Perancis, dan diberi nama *De Nimes*, yang kemudian berkembang menjadi denim.

Pada abad kedelapan belas, perdagangan di dunia mengalami perkembangan yang pesat, sehingga mata pencaharian rata-rata penduduk di dunia adalah buruh.

Para pekerja mengenakan bahan jeans. Pada tahun 1848, di California, Amerika, memasuki masa *gold rush*, para penambang emas menginginkan pakaian yang kuat dan tidak mudah robek, sehingga Levi Strauss melihat adanya peluang untuk menjual bahan jeans di sana. Ia bermigrasi dari tempatnya di New York ke California dan memulai bisnisnya di sana.

Model jeans yang ada saat ini merupakan adaptasi dari masa *gold rush*, di mana para penambang mengalami masalah kantong jeans yang mudah robek. Seorang pria bernama Jacob Davis memiliki ide menambahkan pin pada kedua ujung kantong sehingga kantong dapat lebih kuat. Ia coba mengajukan kerjasama dengan Levi Strauss dan menggunakan rancangan ide yang ia temukan. Akhirnya, Levi Strauss menyetujuinya dan menggunakan ide tersebut dalam model jeans-nya. Tahun 1886, Levi mulai membuah label untuk produknya, label tersebut dipasang di bagian pinggang dan bergambar sebuah celana yang ditarik di antara kuda. Hal ini menyatakan bahwa celana jeans buatannya sangat kuat.

Jeans mulai populer dikalangan masyarakat berkat film-film Hollywood, sekitar tahun 1930-an, yang bertemakan koboi. Dalam film tersebut para koboi mengenakan jeans, sehingga banyak warga Amerika yang mulai menggunakan jeans sebagai busana untuk dipakai sehari-hari. Tahun 1960, banyak mahasiswa yang menggunakan celana jeans untuk kuliah. Saat itu sedang berkembang tren *Hippie*, hal ini sangat mempengaruhi model jeans yang mulai beragam. Celana jeans saat itu menjadi simbol dari wilayah barat, hal ini didukung dengan sulitnya mendapatkan bahan jeans selain di negara-negara barat. Permintaan dari pihak luar mulai banyak, akhirnya negara-negara di selatan pada tahun 1970-an,

membuat jeans sendiri. Harga jeans ini jauh berbeda dengan jeans dari negara barat, karena para pekerja di bayar sangat rendah. Sampai saat ini jeans yang kita kenal tidak jauh berbeda dengan jeans yang di buat pertama kali, dan jeans sudah merupakan busana yang umum dipakai.

Keunggulan bahan jeans yaitu keras namun lentur, oleh sebab itu jeans awalnya hanya dipakai para pekerja tambang di Inggris (1840), yang menginginkan sebuah bahan calana yang tidak mudah sobek, tetapi masih nyaman dipakai.

Saat masuk ke Amerika, tahun 1872, jeans mulai menjadi tren berkat seorang pengusaha yang bernama Levi Strauss. Setelah itu, Jeans telah mengalami banyak perkembangan sampai saat ini, tren yang saat ini berkembang, antara lain :

1. *Skinny Jeans*

Potongan jeans yang muncul pada awal tahun 2000, memiliki ciri khas potongan yang lebar pada bagian pinggang samapi dengkul, pada bagian dengkul samapi mata kaki, potongan lebih ketat atau pas dengan bentuk kaki.

2. *Slim Cut*

Potongan jeans yang memiliki ciri khas, ukuran yang pas dari bagian pinggang, paha, sampai mata kaki

3. *Straight Cut*

Tipe ini yang paling biasa kita temukan di masyarakat, di mana potongan jeans yang memiliki ukuran yang sesuai pada pinggang, lalu pada bagian lutut dan mata kaki mengikuti lebar pada bagian atas.

4. *Cutbray*

Potongan jeans, yang berkembang sekitar tahun 1970-an, memiliki ciri khas potongan ketan pada bagian pinggang sampai dengkul, kemudian potongan tersebut melebar sampai bawah.



Gambar 2.21 Contoh *Skinny Jeans*, *Slim Cut*, *Straight Cut*, dan *Cut Bray* (internet)

Pada masa modern ini banyak sekali berkembang potongan jeans, hanya saja contoh di atas merupakan potongan dasar sebuah celana jeans. Pengembangan potongan merupakan gabungan dari tipe yang dituturkan diatas, tergantung pada perancang busana.

2.4 *Advertising*

Dalam sebuah perusahaan yang baik, selain memiliki kualitas produk yang ditawarkan, juga harus memiliki kualitas yang baik dalam pemasaran agar setiap produk yang diproduksi dapat diterima oleh masyarakat sebagai produk yang baik untuk dikonsumsi. Peran sebuah iklan dan promosi sudah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian di masyarakat, hal ini dapat terlihat sejak tahun 1980 pengeluaran untuk membuat sebuah iklan dan promosi mengalami peningkatan

biaya. Peningkatan ini menjelaskan bahwa fungsi pemasaran menjadi peran utama yang mempengaruhi tingkat penjualan. AMA (*American Marketing Association*) mendefinisikan bahwa pemasaran memiliki peranan penting dalam dalam proses penjualan dengan cara menginformasikan kepada konsumen tentang kualitas dari sebuah produk, sehingga konsumen meyakini bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari konsumen.

Sebuah iklan dapat diklasifikasikan menjadi tiga tipe berdasarkan cakupan wilayah pemasaran (Belch, 2003, 19) :

a. *National Advertising*

Iklan yang ditampilkan pada skala nasional atau sebagian wilayah negara. Iklan ini biasa ditampilkan melalui siaran TV atau radio, karena cangkupannya yang luas, sehingga dapat memudahkan perusahaan untuk menjangkau konsumen yang jauh dari lokasi perusahaan itu berada. Selain itu, pemasaran skala nasional menghabiskan biaya yang besar, namun tetap lebih efektif dan informatif.

b. *Retail / Local Advertising*

Iklan yang dirancang untuk cakupan yang sempit / lokal. Rancangan yang dipakai bersifat langsung mengarah kepada konsumen agar membeli produk mereka. Media yang biasa digunakan berupa poster, banner, atau spanduk yang dipajang di toko atau promosi langsung.

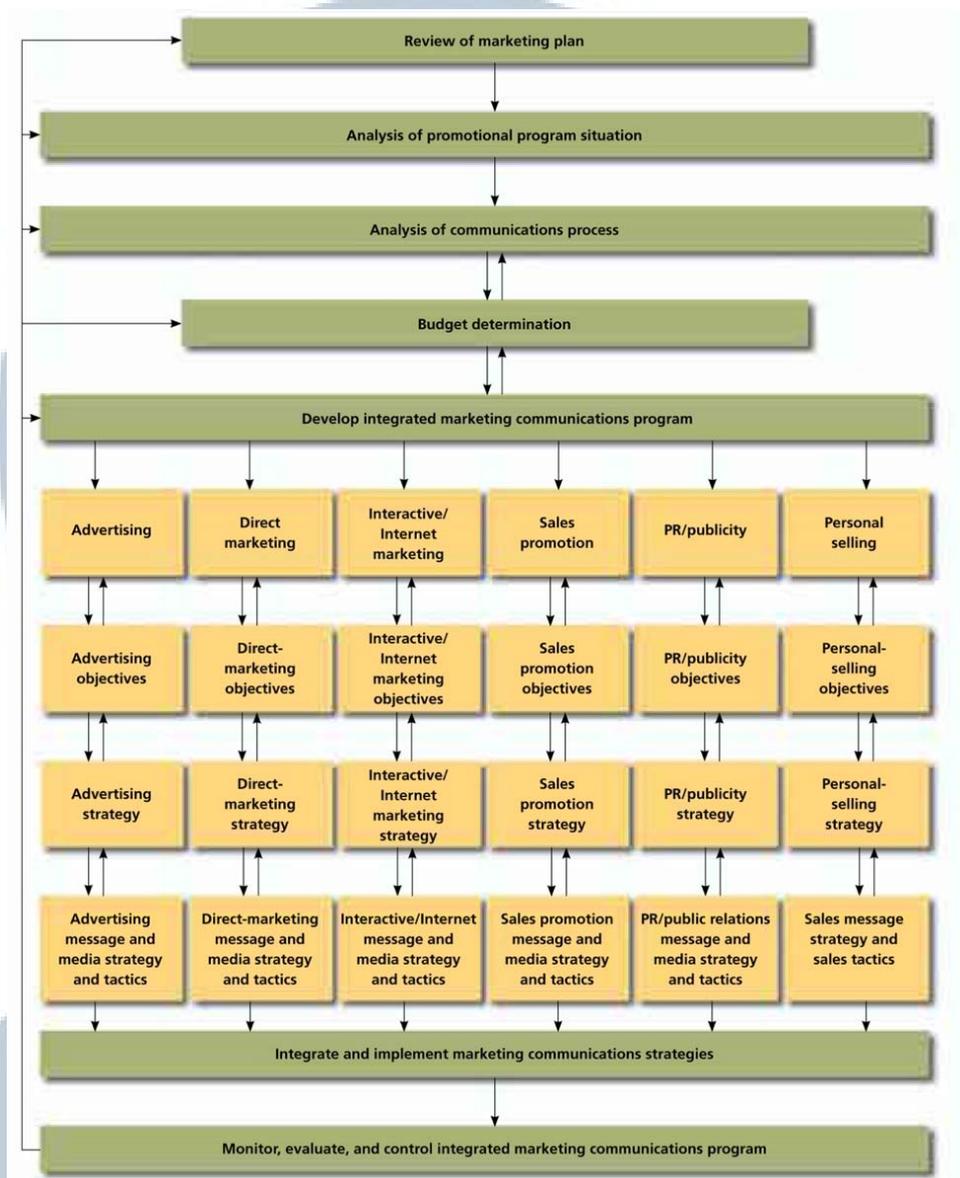
c. *Primary–Versus Selective–Demand Advertising*

Produk yang diiklankan berupa barang yang dikonsumsi dalam skala umum. Rancangan iklan yang digunakan berupaya agar konsumen lebih memilih

produk mereka. Perusahaan yang dapat menguasai pasar dapat memperoleh keuntungan dari pertumbuhan pasar itu sendiri. Contoh produk pada rancangan ini seperti daging, buah-buahan, sayuran, dan sebagainya.

Perencanaan pemasaran merupakan dasar dalam membangun iklan dan promosi yang akan dibuat dalam kurun waktu tertentu. Langkah dasar yang harus diambil untuk membentuk perencanaan adalah meninjau pasar dan menentukan target pasar. Sebelum melaksanakan sebuah promosi, perusahaan harus memahami posisi produk mereka dimata masyarakat (*positioning*), kondisi dari lokasi pasar itu sendiri, dan akomodasi yang dibuthkan untuk ke sana. Setelah perusahaan mengetahui ke-tiga hal ini, barulah perusahaan dapat menggambarkan strategi pemasaran yang akan dipakai. Strategi pemasaran dapat berupa banyak hal yang pada umumnya mencakup lima elemen dasar (Belch, 2003,25) :

- a. Sebuah analisa mengenai situasi yang terdiri dari tinjauan pemasaran internal, pesaing pasar, dan faktor lingkungan.
- b. Spesifikasi tujuan pemasaran yang mencakup waktu pemasaran, program kegiatan yang akan dijalankan, dan mekanisme kerja.
- c. Sebuah strategi pemasaran yang meliputi target pasar dan rencana pemasaran.
- d. Sebuah program promosi sebagai terapan pemasaran yang mendasar pada strategi pemasaran, berikut tugas yang harus dilakukan beserta penanggungjawabnya.
- e. Proses evaluasi kerja untuk mengontrol dan memantau kinerja para penanggungjawab, serta saran balik agar dapat mengembangkan hal-hal positif yang belum terdapat dalam strategi pemasaran.



Gambar 2.22 Model Perencanaan Pemasaran
(Advertising and Promotion : an Integrated Marketing Communication Perspective)

2.4.1 Internet

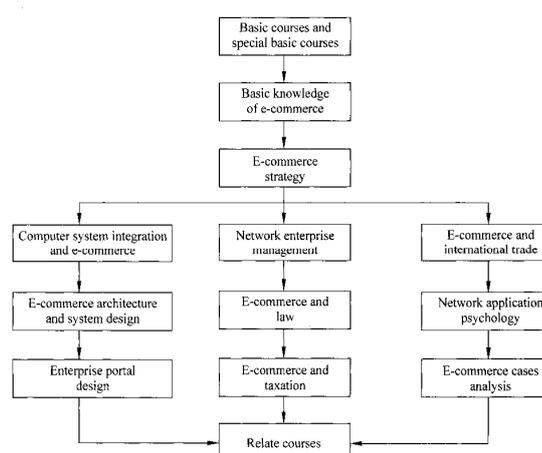
Departemen Pertahanan negara Amerika Serikat membangun sebuah proyek untuk membentuk sebuah jaringan komunikasi dan informasi untuk menerima/mengirim sebuah pesan/berita kepada tentaranya yang sedang berperang. Jaringan inilah yang merupakan dasar dari lahirnya internet.

Dengan adanya internet, setiap orang yang mengaksesnya dapat mendapatkan informasi di manapun dan kapanpun, hal inilah yang penting untuk sebuah pemasaran. Banyak perusahaan yang memasarkan produk yang mereka jual ke dalam internet, bahkan dengan adanya internet memungkinkan terjadinya proses transaksi langsung. Penggunaan internet untuk kegiatan berbisnis inilah yang kita kenal dengan nama *E-commerce*.

2.4.2 *E-commerce*

Kegiatan *E-commerce* dijalankan melalui media internet, dan merupakan salah satu metode yang signifikan dalam menjalankan sebuah bisnis. Keunggulan dalam menggunakan *E-commerce* yaitu :

1. Meningkatkan produktivitas
2. Efisiensi pemasaran dan operasi ekonomi pada skala international
3. Menurunkan biaya produksi (ekonomis)



Gambar 2.23 Skema Strategi di *E-commerce* (Introduction to *E-commerce*)

Dengan kata lain dengan menggunakan teknologi ini, para pengusaha dapat bersaing dipasar international. Prinsip menjalankan bisnis dengan *E-commerce* tidak jauh berbeda dengan menjalankan bisnis pada dasarnya, hanya saja metode yang digunakan dalam dunia internet berbeda dengan dunia nyata. Terdapat 5 kategori transaksi melalui *E-commerce*, yaitu :

a. *Business to business* (B2B),

Transaksi ini merupakan mayoritas perdagangan dalam *E-commerce*, di mana transaksi dilakukan oleh para pengusaha dengan pengusaha yang lain.

b. *Business to customers* (B2C),

Transaksi ini juga mendominasi perdagangan melalui *E-commerce*, terlihat dari banyaknya website yang menjual barang dan jasa, yang dapat diakses langsung oleh para pembeli.

c. *Business to government*(B2G),

Peranan pemerintah dalam *E-commerce*, selain sebagai pelaku transaksi, juga membentuk undang-undang yang mengatur, mengawasi, dan melindungi para pelaku tansaksi yang terjadi di *E-commerce*.

d. *Governments to government* (G2G), dan

Transaksi yang terjadi antar pemerintah, biasanya bersifat tertutup, dan aliran transaksi terjadi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah, yang mencangkup lingkup barang dan jasa untuk kepentingan rakyatnya.

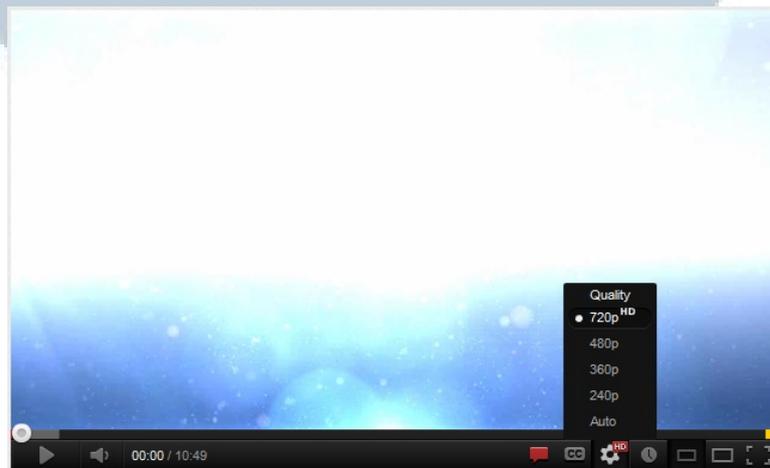
2.4.3 Video pada Internet

Peningkatan infrastruktur teknologi di internet, sangat berpengaruh terhadap jaringan informasi. Informasi yang diberikan konsumen dapat melalui berbagai media, seperti teks, suara, dan gambar. Dengan cara ini perusahaan *E-commerce* dapat memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen kapanpun dan dimanapun. Dalam mewujudkan layanan bisnis online yang bersifat komersial, layanan yang dapat diberikan sebuah perusahaan meliputi pembentukan komoditas katalog/ daftar harga, pembayaran elektronik, informasi komersial, legalitas antara penjual dan pembeli.

Salah satu teknologi yang dapat ditampilkan dalam internet yaitu video. Video ditemukan awalnya di sebuah laboratorium, New Jersey pada tahun 1889 oleh Edison (Crittenden, 2006, ix). Konsep dasar pembuatan sebuah video ada pada ilusi visual, dimana mata manusia mempertahankan gambar sekitar satu per enam belas detik. Metode inilah yang digunakan dalam merekam sebuah video, alat perekam akan merekam gambar secara statis dan berurutan, sehingga saat mata kita melihat video akan terkesan gambar tersebut bergerak. Video terus mengalami perkembangan baik dalam segi teknis maupun kegunaan, secara garis besar video telah berkembang dari film layar lebar, film pada televisi, kemudian video pada internet (Digital Audio and Video Techniques, 2010,1).

Pada dasarnya data yang dibutuhkan untuk membuat sebuah video dengan komputer membutuhkan data yang besar. Tetapi, dengan berkembangnya teknologi elektronik maka sangat memungkinkan video dapat dimasukkan ke dalam internet yang menggunakan metode pengiriman data dari *server*. Untuk

memperkecil sebuah data video untuk dimasukan kedalam sebuah internet, maka dibuatlah beberapa format video, seperti MPEG, MP4, MOV, WMV, dan masih banyak lagi. Format data inilah yang dapat merubah besar data asli dari sebuah video, untuk dijadikan data yang lebih kecil (kompresi). Setiap format video memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang secara umum besar data mempengaruhi hasil gambar. Pada jaringan internet, setiap video yang masuk memiliki standart format yaitu SWF, resolusi gambar terbesar yang dapat dibuat dengan format ini adalah 720p dan ukuran minimum 240p (Digital Audio and Video Techniques, 2010,6).



Gambar 2.25 Video pada Youtube
(<http://youtube.com/>)

Format ini akan diputar melalui *software* Flash yang sudah tertanam dalam internet browser, seperti Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, dsb. Penggunaan format swf ini dipilih karena hasil gambar baik, namun tidak menghasilkan data yang besar. Untuk melihat video pada sebuah internet, digunakan teknik *streaming*, yang berarti video tersebut secara otomatis sedang

diunggah ke dalam komputer kemudian baru ditampilkan. Untuk melakukan teknik *streaming*, komputer membutuhkan tenggang waktu tertentu.

2.5 Gaya Gambar

Dalam dunia seni, kita tidak pernah terlepas dari sebuah gambar. Pada awalnya manusia purba menggambar pada dinding gua tempat mereka tinggal sebagai refleksi visual dari apa yang mereka lihat. Seiring perkembangannya, sebuah gambar dapat dikelompokkan menjadi dua gaya besar realis dan surealis. Gambar realis adalah gambar yang dibuat cenderung menyerupai anatomi, proporsi, warna, dan bentuk pada aslinya. Gaya realis sangat dikagumi dan diikuti oleh pelukis pada abad 17 dan 18. Pada awal abad ke 19, terjadi kebosanan pada gaya gambar realis, sehingga banyak seniman melakukan inovasi dengan menggunakan gaya surealis, gerakan ini biasa dikenal dengan nama *avant garde* (Pramdhani, 2012). Gaya surealis lebih mengutamakan kebebasan dalam berekspresi, sehingga gambar yang dihasilkan tidak memperhatikan beberapa unsur seperti warna, komposisi, pencahayaan, dan sebagainya, tetapi masih dalam kajian keindahan dalam seni (Michael, 2011)

Pada saat ini gaya gambar realis dan surealis berjalan beriringan satu dengan lainnya. dari kedua gaya gambar tersebut, para seniman mengklasifikasikan kembali setiap gaya gambar, klasifikasi ini bertujuan agar setiap gaya dapat dikelompokkan secara lebih spesifik. Pengelompokan ini dikaji dari perbedaan cara pembuatan, warna, pencahayaan, bentuk, ukuran, dan sebagainya yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya seni. Bahkan

seorang seniman atau desainer terkenal sering mengkategorikan sendiri karya seni yang mereka buat, agar terlihat berbeda dan menjadi sebuah inovasi gaya gambar yang baru.

2.5.1 Urban art

Menurut KBBI kata urban itu sendiri bermakna berkenaan dengan kota; bersifat kekotaan. Jadi secara singkat *urban art* memiliki arti seni yang tumbuh berdasarkan sebuah sifat kota tertentu dimana seni itu lahir. Pada pembahasan ini, penulis akan membahas *urban art* yang berkembang di kota Jakarta. Kota Jakarta merupakan ibukota dari negara Indonesia yang didalamnya terdapat banyak dinamika kehidupan sosial warga negara Indonesia. Dengan kata lain, kota Jakarta merupakan representasi dari negara Indonesia secara keseluruhannya.

Seni yang berkembang di kota Jakarta telah memasuki fase kontemporer atau kekinian, dimana pada fase ini seni diberikan ruang gerak dan ekspresi yang jauh lebih luas dan bebas dibanding sebelumnya (Dwimirmani, 2009). Dengan semakin luas dan tingginya kreatifitas para seniman, kota Jakarta menjadi tempat yang ideal bagi seni urban berkembang (Pattiselano, 2006).

Sifat yang dinamis dan kaya akan budaya, memberikan dampak yang besar terhadap seni yang berkembang di kota Jakarta. Kedua sifat inilah yang menjadi ciri dasar dari seni urban yang berkembang di kota Jakarta, walaupun kedua ciri ini tergolong sangat luas pemahamannya, tetapi kita tetap dapat melihat kedua ciri itu dalam karya seni yang dibuat.



Gambar 2.26 Contoh *Urban art* untuk Model
(http://www.formatmag.com/wp-content/uploads/2009/09/Spetsnaz_Mark_III_Lookbook_6.jpg)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA