

LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN
“ PERAN VIDEOGRAFER DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA
SOSIAL DI AGENSI KREATIF KOTAKMEDIA INDONESIA DI
YOGYAKARTA “

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya
(A.Md.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi Spesifikasi Penyiaran Film



Disusun Oleh :

YUWONO DWI WIBOWO

22045615

PROGRAM STUDI DIII PENYIARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PERAN VIDEOGRAFER DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DI AGENSI KREATIF KOTAKMEDIA INDONESIA DI YOGYAKARTA

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Penyiaran Film

Disusun Oleh:

Yuwono Dwi Wibowo

NIM 22045615

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

Herry Abdul Hakim, MM.

NIDN.0525016202

PROGRAM STUDI DIII PENYIARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

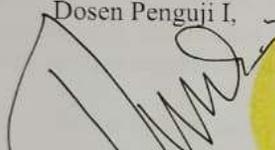
2025

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PERAN VIDEOGRAFER DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DI AGENSI KREATIF KOTAKMEDIA INDONESIA DI YOGYAKARTA

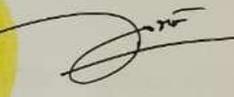
Diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi DIII Penyiaran, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sebagai persyaratan memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Agustus 2025
Pukul : 10.00
Tempat : Ruang presentasi

Dosen Penguji I,


Tjandra S Buwana, M.A
NIDN.0533077101

Dosen Penguji II


Risa Karmida, M.A
NIDN.0507028304

Dosen Pembimbing dan Penguji III

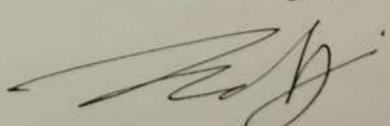

Herry Abdul Hakim, MM.
NIDN.0525016202

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi
(STIKOM) Yogyakarta




Hardoyo, MA.
NIDN.0516047201

Mengesahkan,
Kepala Program Studi
DIII Broadcasting Film


Arya Tangkas, S.Pt., M.I.Kom
NIDN.5020118702

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Yuwono Dwi Wibowo
NIM : 22045615
Judul Laporan : Peran Videografer dalam pembuatan konten media sosial di Agensi Kreatif Kotakmedia Indonesia di Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya Tulis Ilmiah yang saya buat ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di Kotakmedia Indonesia dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya Tulis Ilmiah ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi, yang kemudian secara luas akan dipublikasikan oleh STIKOM Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 19 Agustus 2025
Yang Membuat Pernyataan



Yuwono Dwi Wibowo

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia Nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan laporan praktek kerja lapangan Peran Videografer dalam pembuatan konten media sosial di Agensi Kreatif Kotakmedia Indonesia di Yogyakarta yang telah dilaksanakan selama tiga bulan mulai dari tanggal 03 Februari 2025-03 Mei 2025 yang digunakan sebagai tugas akhir untuk persyaratan kelulusan pada program studi Broadcasting Film Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.

Selama menjalani program magang telah mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang sangat berharga. penulis dapat memahami lebih dalam tentang dunia kerja, menerapkan ilmu yang telah kami pelajari di bangku kuliah, serta mengembangkan keterampilan dan kompetensi yang relevan dengan bidang studi penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini, kami tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hardoyo,MA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM)Yogyakarta.
2. Bapak Herry Abdul Hakim, MM. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan laporan ini, yang selalu memberi masukan agar terselesaikan laporan ini.
3. Segenap tim penguji Laporan Praktek Kerja Lapangan.
4. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta, khususnya Dosen Broadcasting Film .
5. Seluruh staff akademik dan keamanan yang membantu dalam penyelesaian berkas.
6. Seluruh pihak yang turut membantu dalam tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan laporan praktek kerja lapangan ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis dengan terbuka menerima kritik dan

saran baik secara media sosial ataupun langsung. Penulis berharap laporan praktek kerja lapangan ini dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Agustus 2025

Yuwono Dwi Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan praktek Kerja Lapangan	2
1.4 Tempat Dan Waktu Praktek Kerja Lapangan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	3
1.6 Analisis Data	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1 Penegasan Judul	5
2.2 Landasan Teori	7
BAB III OBYEK MAGANG.....	32
3.1 Profile Perusahaan.....	32
3.2 Sejarah Perusahaan.....	32
3.3 Visi dan Misi Perusahaan	34
3.4 Logo Kotakmedia Indonesia	34
3.5 Struktur Organisasi Kotakmedia Indonesia	35
3.6 Penghargaan Kotakmedia Indonesia	39
3.7 Daftar brand Klien.....	39
3.8 Sarana dan prasarana Alat Kantor Kotakmedia Indonesia.....	40
BAB IV PEMBAHASAN DAN KEGIATAN PKL.....	42
4.1 Pembahasan.....	42

4.2 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan	44
4.3 Pelaksanaan Kegiatan Selama Magang.....	56
4.4 Persiapan Videografer Sebelum Produksi Konten Media Sosial	57
4.5 Tugas-Tugas Selama Pelaksanaan Magang	58
4.6 Peran dan Tanggung Jawab peran videografer dalam pembuatan konten media sosial.....	59
4.7 Tahapan Produksi	60
4.8 Kendala dan Solusi Selama Proses PKL.....	67
4.9 Kendala-kendala selama Produksi konten sosial media	67
4.10 Penerapan sarana prasarana saat produksi	69
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rule of Thirds	8
Gambar 2. Leading Lines (Garis Penonton)	8
Gambar 3. Golden Ratio	9
Gambar 4. Framing	10
Gambar 5. Diagonal	10
Gambar 6. Extreme Long Shot	12
Gambar 7. Very Long Shot	13
Gambar 8. Long Shot	13
Gambar 9. Medium Long Shot	14
Gambar 10. Medium Shot	14
Gambar 11. Medium Close Up	15
Gambar 12. Close Up	16
Gambar 13. Big Close Up	16
Gambar 14. Extreme Close Up	17
Gambar 15. High Angle	18
Gambar 16. Low Angle	19
Gambar 17. Eye Level	19
Gambar 18. Kamera Studio	22
Gambar 19. Kamera Camcorder	23
Gambar 20. Kamera HDTV	24
Gambar 21. Kamera Sinema Elektronik	24
Gambar 22. Kamera DSLR	25
Gambar 23. Kamera Smartphone	25
Gambar 24. Lensa Normal	26
Gambar 25. Lensa Luas (Wide)	27
Gambar 26. Lensa Tele	27
Gambar 27. Pergerakan Kamera Hanya 180 derajat	28
Gambar 28. Three point lighting	29
Gambar 29. Logo Kotakmedia indonesia	34
Gambar 30. Struktur Sistem Kerja Kotakmedia Indonesia	35
Gambar 31. Flow Chart Tahap Produksi	61
Gambar 32. Refrensi konten yang akan dibuat	62
Gambar 33. proses pra produksi menyiapkan alat	62

Gambar 34.proses produksi konten..... 63
Gambar 35.Proses direct talent 64
Gambar 36.contoh brief editing pasca produksi 65
Gambar 37.Proses Editing pasca produksi 66
Gambar 38.kamera sony a7 mark ii 70
Gambar 39.Iphone 11 mini..... 70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Penghargaan kotakmedia indonesia	39
Tabel 3. 2 brand klien	39
Tabel 3. 3 Sarana dan Pasarana	40
Tabel 4. 1 Kegiatan Penulis selama 3 Bulan	45
Tabel 4. 2 Hasil Produksi Penulis	53

ABSTRAK

Praktek Kerja Lapangan yang sudah dilakukan oleh penulis.mendapatkan ilmu dan pengalaman menjadi Videografer di dunia kerja industri creative yang sesungguhnya. Laporan ini ditulis dengan tujuan untuk mengeksplorasi peran Videografer terutama dalam bidang industri creative dalam proses produksi konten media sosial di agensi kreatif Kotakmedia, Dalam proses produksinya, peran videografer sangat penting, tidak hanya sebagai mengambil gambar tetapi juga sebagai perancang visual dan narasi yang sesuai dengan karakteristik audiens . dengan menggunakan metode observasi langsung dan partisipatif selama kegiatan magang. Hasilnya menunjukkan bahwa videografer berkontribusi secara signifikan dalam setiap tahap produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi, serta berkolaborasi erat dengan tim kreatif lain untuk menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan strategi brand klien. Dengan ini memberikan gambaran tentang dinamika kerja videografer di industri kreatif serta tantangan yang dihadapi dalam menciptakan konten visual yang efektif di Media sosial.

Kata Kunci: Videografer, Industri Kreatif, Konten Media Sosial, Proses Produksi, Kotakmedia

ABSTRACT

The fieldwork practice undertaken by the author provided valuable knowledge and hands-on experience as a videographer in the real-world creative industry. This report aims to explore the role of a videographer, particularly within the creative industry, in the production process of social media content at the creative agency Kotakmedia. In the production process, the videographer plays a crucial role—not only as a camera operator but also as a visual and narrative designer who tailors content to the audience's characteristics. Using direct observation and participatory methods during the internship, the findings show that videographers contribute significantly at every stage of production, from pre-production to post-production, and collaborate closely with other creative team members to produce relevant, engaging content aligned with the client's brand strategy. This report provides insights into the working dynamics of videographers in the creative industry and highlights the challenges they face in creating effective visual content in the digital era.

Keywords: Videographer, Creative Industry, Social Media Content, Production Process, Kotakmedia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan mengakses informasi. Salah satu dampak dari perkembangan ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana utama dalam menyampaikan dan menerima informasi. Melalui Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook. Kini media sosial tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi, tetapi juga menjadi media strategis dalam dunia bisnis, pemasaran, dan komunikasi visual.

Di tengah tingginya arus informasi dan konten digital yang tersebar di media sosial, visualisasi menjadi aspek penting dalam menarik perhatian audiens. Salah satu bentuk konten yang paling efektif dan banyak diminati adalah video. Video memiliki kemampuan menyampaikan pesan secara lebih cepat, menarik, dan emosional dibandingkan dengan teks atau gambar statis. Oleh karena itu, peran seorang videografer sangat penting dalam proses produksi konten yang akan dipublikasikan di media sosial.

Videografer tidak hanya bertugas merekam gambar bergerak, tetapi juga berperan dalam proses pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Mereka harus bisa memahami konsep kreatif, alur cerita, teknik pengambilan gambar, serta pengeditan visual yang sesuai dengan karakteristik target audiens. Dalam lingkungan kerja yang dinamis seperti agency kreatif, videografer bekerja sama dengan tim kreatif lainnya seperti content planner, copywriter, dan graphic designer untuk menghasilkan konten yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan strategi brand klien.

Kotakmedia merupakan salah satu agency kreatif yang bergerak di bidang digital marketing, termasuk konten media sosial. Agensi ini memiliki berbagai klien dari beragam industri dan menyediakan layanan lainnya, mulai dari Web Design

Development, Creative Digital Marketing, Social Media Management, Website Maintenance, Multimedia, serta Technology dan Innovation.dengan beberapa klien yang sudah menggunakan jasa Kotakmedia indonesia seperti rumah sakit JIH , Rumah sakit islam yogyakarta PDHI, Karuma swalayan dan masih banyak lagi. Sebagai tempat magang, Kotakmedia memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan konten dan memahami alur kerja kreatif secara profesional.

Pemilihan Kotakmedia sebagai tempat magang karena keinginan untuk medalami peran bagaimana peran videografer dijalankan dalam industri kreatif. Melalui kegiatan magang ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam proses pembuatan konten video untuk media sosial, serta tantangan yang dihadapi oleh videografer dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, laporan ini akan membahas secara khusus mengenai peran videografer dalam pembuatan konten media sosial di agensi kreatif Kotakmedia indinesia, dengan tujuan untuk memberikan gambaran nyata tentang dinamika kerja videografer di industri kreatif serta kontribusinya dalam membentuk citra dan strategi komunikasi digital sebuah brand.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah dalam laporan praktek kerja lapangan ini ingin berfokus pada Bagaimana Peran Videografer dalam pembuatan konten Media sosial di Agensi kreatif Kotakmedia indonesia ?

1.3 Tujuan praktek Kerja Lapangan

Laporan Praktek Kerja lapangan ini memiliki tujuan, antara lain adalah :

1. Penulisan laporan praktek kerja lapangan ini , sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar diploma tiga (D3) Ilmu Komunikasi Terapan jurusan Broadcasting Film di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta
2. Mengetahui suasana kerja terutama pada industri kreatif ,sebelum turun kedunia kerja setelah lulus

3. Untuk mengembangkan keterampilan teknis dan kreatif dalam bidang videografi, khususnya dalam konteks kebutuhan konten media sosial.
4. Untuk membangun kemampuan kerja sama tim dan komunikasi profesional dengan tim kreatif di agensi.
5. Mengembangkan kemampuan komunikasi dan interpersonal dalam lingkungan kerja di Kotakmedia Indonesia

1.4 Tempat Dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

Tempat : Kotakmedia Indonesia

Alamat : Jl. S. Hartono No.88, Tambakan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581.

Hari Kerja : Senin – Jumat (Pukul 08.00 – 17.00)

Waktu : 3 Februari 2025 – 3 Mei 2025, berdasarkan kesepakatan tanda tangankontrak antara penulis dengan pihak Kotakmedia indonesia.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1.Observasi

Penulis menggunakan metode observasi langsung terhadap kegiatan videografer dalam pembuatan konten media social di Kotakmedia . Observasi ini mencakup tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi untuk melihat secara nyata bagaimana peran videografer dijalankan dan bagaimana interaksi mereka dengan tim kreatif lainnya.

2.Wawancara

Penulis menggunakan metode ini untuk dapat berkesempatan melalukan tanya jawab secara langsung kepada pembimbing serta karyawan lain nya untuk mendapatkan sebuah informasi tentang videografer atau tentang yang lainnya

3.Dokumentasi

Penulis mengumpulkan dokumentasi berupa foto, video, serta arsip konten yang telah diproduksi dan dipublikasikan oleh Kotakmedia di platform media sosial. Dokumentasi

ini digunakan sebagai data pendukung untuk hasil kerja videografer dan melihat bagaimana kualitas visual berperan dalam menarik perhatian audiens.

1.6 Analisis Data

Berdasarkan judul laporan tersebut, penulis berencana melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan ini difokuskan pada proses pengamatan dan analisis secara mendalam terhadap kegiatan yang dijalani penulis selama mengikuti program magang sebagai videografer di Kotakmedia Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap seluruh tahapan kerja, mulai dari praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan pembimbing magang maupun karyawan yang terlibat dalam proses produksi konten untuk memperoleh informasi terkait kegiatan, teknik, serta strategi yang digunakan dalam pembuatan konten media sosial. Sebagai pendukung, penulis mengumpulkan dokumentasi berupa foto-foto selama kegiatan produksi, yang nantinya akan menjadi bukti visual dan memperkuat hasil analisis. Dengan metode ini, diharapkan data yang diperoleh dapat menggambarkan secara jelas dan menyeluruh peran videografer dalam proses produksi konten di Kotakmedia Indonesia.

Dari analisis tersebut bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau manusia dari perspektif partisipan dengan berfokus pada eksplorasi data secara mendalam mengenai perilaku, pengalaman dan pandangan antar individu.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penegasan Judul

Laporan praktek kerja lapangan dengan judul “Peran Videografer dalam pembuatan konten media sosial di Agensi Kreatif Kotakmedia Indonesia di Yogyakarta” mempunyai tujuan untuk menjelaskan peran yang dilakukan oleh Videografer dalam pembuatan konten media social di industri digital marketing ,di tengah zaman yang terus maju dan perubahan keinginan konsumen ,videografer tidak hanya sebagai perekam video saja tapi juga sebagai strategi agar hasil video yang dibuat bisa dipahami dan pesannya bisa tersampaikan kepada penonton serta konsumen.

2.1.1 Peran

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status) seseorang, sedangkan status adalah kumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang. Jika seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi. Selain itu, hakikatnya peran dapat didefinisikan sebagai kumpulan tindakan tertentu yang dilakukan oleh orang yang bekerja di posisi tertentu. Pribadi seseorang juga memengaruhi bagaimana peran itu harus dimainkan. Pada dasarnya, peran yang dimainkan oleh pemimpin tingkat atas, menengah, atau bawah akan sama. (Lubis Dr., 2021)

2.1.2 Videografer

Menurut (Marji M.Kes. et al., 2021) Videografer berperan dalam menghidupkan film agar menarik, informatif, dan menyentuh emosi penonton. Seorang videografer merekam berbagai momen penting, seperti pernikahan, pertandingan olahraga, serta cuplikan berita dan iklan. videografer menentukan peralatan yang dibutuhkan. Mereka memanfaatkan beragam kamera, lensa, dan perlengkapan pencahayaan. Sebelum proses

perekaman, videografer juga memilih filter, sudut pengambilan gambar, dan teknik pembingkai yang tepat sesuai subjek. Selain itu, mereka dapat terlibat dalam tahap pra-produksi, misalnya membaca naskah dan menyusun daftar pengambilan gambar yang diperlukan.

2.1.4 Media sosial

Menurut Cahyono dalam Abidin & Soegiarto (2021) yang dikutip dalam Damayanti et al. (2023), Media online yang dapat digunakan oleh penggunanya di berbagai aktivitas seperti, *sharing, joining, dan creating* biasanya disebut dengan media sosial.

2.1.5 Creative Agency

Menurut (Amsari & Anggara, 2023), Creative agency atau creative boutique adalah perusahaan yang fokus memberikan layanan kreatif, terutama yang berkaitan dengan desain visual, konsep kreatif, penulisan naskah (copywriting), fotografi, videografi, ilustrasi, dan produksi konten promosi yang sesuai dengan pesan dan identitas merek yang ingin disampaikan.

2.1.5 Kotakmedia Indonesia

Kotakmedia berdiri tanggal 10 April 2010. Dengan umur yang sudah dewasa mendekati 1 Decade ,saat ini kotakmedia berusaha untuk mewujudkan konsep Integrated Marketing Communication pada sebuah brand. Maka dari itu Kotakmedia memberikan 6 layanan untuk mewujudkan konsep tersebut meliputi Web Design Development, Creative Digital Marketing, Social Media Management, Website Maintenance, Multimedia, serta Technology dan Innovation.

Pengembangan ide kreatif diiringi hubungan harmoni dengan klien menjadi prioritas agar mencapai kinerja yang berkualitas. Salam Hangat dari

Kotakmedia kepada klien serta partner yang sudah bekerjasama dalam menumbuhkan kepercayaan .

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Videografer

Menurut (Putra et al., 2024), Videografer adalah seni pengambilan gambar dengan menggunakan metode dan peralatan khusus perekam video agar hasilnya menarik dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Videografi hasil karya yang lebih menekankan pada komposisi, pencahayaan, editing, dan visual yang menarik bagi audiens.

2.2.2 komposisi gambar

Menurut Javandalasta, (2021) Komposisi visual erat kaitannya dengan selera artistik, kesadaran emosional, serta pengalaman dan latar belakang pribadi seorang videografer. Karena itu, komposisi tidak seharusnya dibatasi oleh aturan yang kaku. Proses ini bukanlah mekanis, meski perhitungan matematis dan geometris dapat membantu. Dalam karya audio visual, tantangan utama adalah menyusun komposisi tidak hanya dari bentuk orang dan objek, tetapi juga dari gerakan. Maka, meskipun prinsip komposisi fotografi (yang bersifat statis) dapat dijadikan acuan, juru kamera harus mempertimbangkan kesinambungan dan dinamika visual dalam gambar. Ada banyak cara untuk membuat komposisi framing yang bagus. seperti berikut

1. Rule Of Thirds

adalah teknik dimana kita menempatkan objek menjadi fokus, berada di antara salah satu dari 9 bagian tersebut dan berusaha memakai sepertiga dari frame. Ini sangat berbeda dengan praktik biasa, di mana kita selalu menempatkan objek di tengah bidang (*Center of Death*) atau menggunakan 2/3 dari frame.



Gambar 1. Rule of Thirds

Sumber : photographymad.com

2. *Walking room / leading space*

Adalah Struktur dan garis landscap digunakan dalam komposisi fotografi. Fotografer dapat menghasilkan gambar yang diambil secara estetis dengan menggunakan subyek gambar secara proporsional untuk mengarahkan mata ke dalam gambar. Dalam komposisi ini, fotografer memanfaatkan garis buatan manusia atau garis alami untuk mengarahkan mata pemirsa melalui foto ke subjek atau inti gambar.



Gambar 2. Leading Lines (Garis Penonton)

Sumber : Erickimphotography.com

3. *Golden Ratio*

Golden ratio adalah metode komposisi yang mengutamakan keseimbangan dalam gambar. Metode ini mengarah pada fokus foto yang lebih dekat ke inti. Pada dasarnya, rasio emas berasal dari pemahaman lama tentang seni yang telah berlangsung selama berabad-abad dan juga dirujuk oleh banyak karya seni terkenal.



Gambar 3. Golden Ratio

Sumber : Fujifilm.com

Metode ini dianggap memiliki keseimbangan sempurna dengan rasio 1 banding 1,618 dan dapat digunakan dalam bidang seni, arsitektur, dan fotografi. Untuk mengimbangi gambar, layar dapat dibagi menjadi beberapa kotak yang membentuk spiral emas yang mirip dengan spiral Fibonacci. Penonton ditarik ke sekitar bingkai oleh spiral, yang menunjukkan bagaimana adegan harus berkembang. Keadilan emas sering dikaitkan dengan keindahan, keseimbangan, dan harmoni, dan dianggap sebagai salah satu prinsip dasar desain.

4. Framing

Fotografer dapat menggunakan apa pun sebagai frame foto saat mereka mengambil gambar. Saat memotret, pertimbangkan lingkungan sekitar Anda untuk berfungsi sebagai bingkai alami untuk foto Anda. Hal-hal seperti jendela, pintu, atau lengkungan dapat digunakan sebagai bingkai alami untuk foto Anda, dan hasilnya akan lebih menarik dan menyejukkan mata.

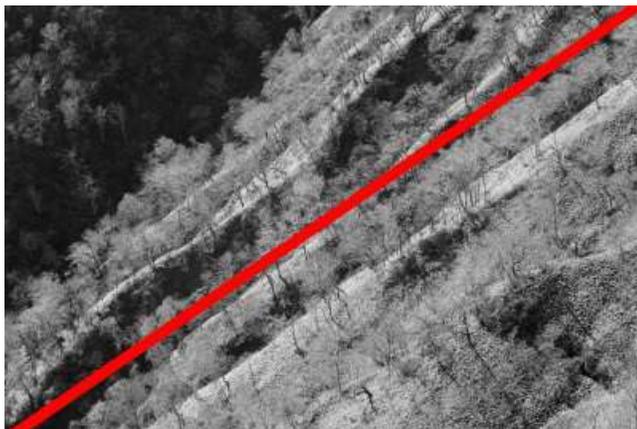


Gambar 4.Framing

Sumber : naturettl.com

5. Diagonal

Komposisi diagonal meletakkan objek diam dengan garis diagonal dari pojok layar yang berlawanan.



Gambar 5. Diagonal

snapshot.canon-asia.com

Selain menghasilkan komposisi foto yang menarik, penempatan objek pada garis diagonal akan menambah dinamika dan menekankan perspektif, meskipun subjek sebenarnya diam. Meskipun subjek dalam gambar tampak diam, penonton akan tahu bahwa dia sedang bergerak.

2.2.3 Ukuran Shoot

Menurut Desi K. Bognar dalam *International Dictionary of Broadcasting and Film*, shot adalah "The Single Continuous Take by the Camera in One Set Up." Menurut Bognar, shot adalah "The piece of film exposed by the single take." Dengan kata lain, pengambilan gambar adalah satu elemen dari serangkaian gambar yang sangat panjang yang hanya direkam dengan satu pengambilan gambar. Gambar yang baik juga merupakan hasil kreatif dari sang sutradara untuk menggabungkan berbagai komposisi gambar ke dalam sambungan gambar yang utuh dan indah saat pengambilan gambar dilakukan.

Begitulah seterusnya. Yang pasti, jika ingin menciptakan gambar yang indah maka harus mengerti arti dan makna dari sebuah shot. Tidak bisa memadukan gambar yang seenaknya sendiri tanpa konsep yang jelas kalau tidak penonton bisa bingung dalam memahami shot yang dibuat. Berikut adalah 9 *shot size* (ukuran gambar) yang perlu dipahami.

1. *Extreme Long Shot*

Roy Thompson menjelaskan pentingnya komposisi gambar yang disebut "*Extreme Long Shot*" (ELS). Jika ingin mengambil gambar yang sangat-sangat jauh, panjang, luas, dan lebar, menggunakan shot ini. Dalam uraian tentang kegunaan ELS, Thompson mengatakan, "*This shot is often used in opening sequences where recognition of the scene is more important than recognition of person or of persons.*"

Ini berarti bahwa pengambilan gambar yang dapat memperkenalkan seluruh lokasi adegan dan seluruh isi cerita harus diberikan. ELS biasanya digunakan untuk membuat panorama yang indah. *Opening scene* untuk sebuah adegan di sebuah rumah kecil di padang pasir, misalnya. Dengan ELS, Anda dapat memulai pemandangan padang pasir yang luas, kering, panas, dan penuh debu pasir yang terbang. Dan kemudian Anda pergi ke VLS dengan teknik transisi gambar *Dissolve*. juga dapat berkreaitivitas dengan menggunakan gambar shot yang mengutamakan komposisi objek yang seimbang dengan dimensi artistik gambar.



Gambar 6. Extreme Long Shot

Sumber : www-studiobinder-com

2. *Very Long Shot*

Berbeda dengan Extreme Long Short, VLS adalah tata bahasa gambar yang panjang, jauh, dan luas yang lebih kecil. Gambar-gambar cantik dan indah dari VLS biasanya muncul pada film layar lebar seperti film-film yang menggunakan rasio gambar 1:1,5 untuk film 35 MM, terutama pada gambar *opening scene* atau *bridging scene* di mana penonton harus divisualkan untuk menggambarkan adegan besar atau banyak objek, seperti adegan perang di pegunungan, adegan kota metropolitan, dan sebagainya. Ada berbagai posisi atau angle kamera. Beberapa ditempatkan sebagai top angle atau dengan helikopter di atas langit. Selain itu, beberapa orang menggunakan crane atau jimmy jib untuk mendapatkan posisi yang lebih luas.



Gambar 7. Very Long Shot

Sumber : <https://jsp.co.id/>

3. Long Shot

Ukuran (framing) LS adalah representasi lengkap dari manusia dari ujung rambut hingga ujung sepatu. misalnya, Anda dapat menggunakan LS sebagai Opening Shot.



Gambar 8. Long Shot

Sumber : <https://fotografi.lovelybogor.com>

Kemudian, Anda dapat zoom in ke arah medium shot untuk memperlihatkan wajah Talent lebih jelas. LS biasanya disebut sebagai Format Panorama, yang membawa penonton ke kedalaman suasana dan objek.

4. Medium Long Shot

Medium Long Shot (MLS). Sutradara sering menggunakan angle ini untuk meningkatkan keindahan gambar, terutama ketika transisi gambar

berinteraksi dengan komposisi gambar yang lain. Dalam penyutradaraan multikamera, MLS dapat disesuaikan dengan berbagai sudut pandang dan tidak terbatas pada rasio gambar standar.



Gambar 9. Medium Long Shot

Sumber : www-studiobinder-com

5. Medium Shot

Untuk syuting wawancara, gambar medium shot (MS) biasanya adalah yang terbaik. Dengan menunjukkan orang dari tangan ke atas kepala, penonton dapat melihat dengan jelas emosi dan ekspresi mereka selama wawancara.



Gambar 10. Medium Shot

Sumber : nofilmschool-com

Seperti berbicara dengan teman, Anda mungkin menggunakan bahasa tubuh Anda untuk menjelaskan apa yang Anda katakan. Oleh karena itu, MS menjadi komponen gambar yang sangat penting. MS juga disebut sebagai posisi pas foto atau format potret.

6. *Medium Close Up*

MCU justru memperdalam gambar dengan lebih menunjukkan profil objek yang direkam, sehingga MS dapat dikategorikan sebagai komposisi "Potret Setengah Badan" dengan *background* yang masih dapat dinikmati. Misalnya, ketika seorang narasumber berbicara dengan MS, gambar yang terekam menunjukkan gedung bertingkat di latar belakang. Di belakang narasumber terdapat gedung bertingkat yang masih dapat dilihat oleh penonton. Namun, fokus kita hanya pada narasumber jika kita masuk ke dalam MCU. Karena itu, itu adalah masalah nomor dua. Profil, bahasa tubuh, dan ekspresi emosi narasumber dapat menjadi lebih jelas. Untuk informasi, Anda dapat memposisikan objek gambar MCU dari berbagai sudut kamera. Jangan bergantung pada satu sudut pandang.



Gambar 11. Medium Close Up

Sumber : <https://gurindam.id/>

7. Close Up

Close Up (CU) ini adalah komposisi gambar yang paling umum dan bermanfaat, terutama untuk pemula. Dengan kata lain, CU merekam gambar penuh dari leher hingga batas kepala. Karena CU sering kali menjadi bagian dari ekspresi emosi objek utama, CU juga dapat diartikan sebagai komposisi gambar yang "Fokus pada Wajah". CU adalah komposisi gambar terbaik dalam penyutradaraan drama untuk menggambarkan emosi atau reaksi seseorang dalam sebuah adegan. marah, kesal, senang, sedih, kagum, kaget, atau bahkan

jatuh cinta. Untuk membuat gambar yang berbicara, eksplorasi CU adalah satu-satunya cara.



Gambar 12. Close Up

Sumber : <https://www.makeuseof.com/>

8. Big Close Up

Big Close Up (BCU) lebih tajam daripada Close Up. BCU adalah tempat yang tepat untuk menyutradarai skenario drama horor yang menggunakan efek cahaya memantul pada sudut mata objek. Komposisi gambar ini menggambarkan kedalaman pandangan mata, kebencian raut wajah, kehinaan emosi, dan keharuan yang tak terbatas.



Gambar 13. Big Close Up

Sumber : dhiaproduction.com

Untuk penyutradaraan nondrama, BCU adalah tata bahasa yang sesuai untuk produksi talk show dan kuis, terutama untuk menggambarkan reaksi penonton yang larut dalam talk show di studio. BCU sudah mewujudkan semua

itu tanpa kata-kata, bahasa tubuh, atau intonasi. BCU juga dapat digunakan untuk benda seperti makanan, wayang, atau batu cincin.

9. Extreme Close Up

Extreme Close Up (ECU) adalah tata bahasa gambar yang harus dipahami dengan benar. Dengan fokus pada satu objek, ECU sangat kuat. Misalnya, ECU dapat bekerja pada alis, mata, atau hidung saja.

Shot ini sangat penting dalam video musik untuk mengubah gambar ke shot berikutnya. Satu kelemahan ECU adalah kesulitan menciptakan kedalaman ruang karena jarak objek dan jangkauan lensa yang sangat dekat. Misalnya, ketika Anda fokus ke mulut, gambar hidung Anda menjadi tidak fokus dan lembut.



Gambar 14. Extreme Close Up

Sumber : <https://kumparan.com/>

2.2.4 Angle Kamera

Menurut (Pratista, 2008) Angle *kamera* adalah sudut pandang kamera terhadap objek dalam frame. Sudut tinggi berarti kamera melihat objek di bawahnya, sudut lurus berarti kamera melihat objek secara lurus, dan sudut rendah berarti kamera melihat objek di atasnya. Seringkali, sineas menggunakan lensa straight-on dalam sebuah film. Sementara lensa tinggi dan rendah biasanya digunakan untuk menunjukkan objek yang lebih tinggi atau lebih rendah dari posisi kamera, lensa tinggi mengarah tegak lurus ke objek di bawahnya dari arah atas, dan lensa rendah mengarah tegak lurus ke objek di

bawahnya dari arah atas. Lensa tinggi dan rendah memiliki kemampuan untuk menghasilkan efek tertentu yang dapat digunakan oleh sineas sesuai dengan alur cerita.

1. High Angle

Sudut kamera tinggi dapat membuat sebuah objek terlihat lebih kecil, lemah, dan menakutkan. Sudut tinggi sering digunakan dalam *Predator* untuk menggambarkan sekelompok prajurit yang terintimidasi oleh sang pemangsa. Seperti dalam sekuen pembuka *The Sound of Music* dan *Braveheart*, panorama luas dan lansekap kota atau pegunungan biasanya digambarkan dengan lensa tinggi.



Gambar 15. High Angle

Sumber : <https://www.studiobinder.com/>

1. Low Angle

Low angle membuat sebuah objek tampak lebih kuat, dominan, besar, dan kuat. Ketika karakter jagoan pertama kali diperlihatkan, seperti dalam *Batman*, efek ini sering digunakan dalam film aksi dan superhero. Orson Welles menggunakan angle low untuk berbagai maksud.



Gambar 16. Low Angle

Sumber : <https://www.studiobinder.com/>

Salah satunya adalah dalam adegan Citizen Kane di mana dia menggunakan angle low saat karakter utamanya berada di titik paling memalukan sepanjang karirnya. Untuk kamera subyektif, *low-angle* juga sering digunakan sebagai sudut pandang karakter binatang seperti Benji dan Babe.

2. Eye Level

Eye level yang sering digunakan dalam film sejajar dengan mata manusia. Ketinggian kamera jelas terkait dengan sudut kamera.



Gambar 17. Eye Level

Sumber : <https://www.studiobinder.com/>

Hanya dengan meletakkan kamera lebih tinggi dari objek, dan sebaliknya, hanya dengan meletakkan kamera di bawahnya. Ketinggian kamera dapat berpengaruh pada gaya seorang sineas.

2.2.5 Movement Kamera

Produksi film memungkinkan kamera bergerak bebas. Pergerakan kamera mempengaruhi sudut, kemiringan, ketinggian, dan jarak yang konstan. Hampir setiap film cerita menggunakan pergerakan kamera, dan sangat jarang sineas menggunakan kamera statis. Pergerakan kamera biasanya digunakan untuk mengikuti pergerakan seorang karakter dan obyek. Selain itu, pergerakan kamera sering digunakan untuk menggambarkan situasi dan suasana sebuah lokasi atau panorama. Secara teknis, banyak gerakan kamera dapat dikategorikan menjadi empat kategori: pan, tilt, tracking, dan crane shot. Semua teknik ini dapat bekerja dengan satu sama lain.

1. Panning

"Panorama" adalah singkatan dari kata "pan". Karena istilah "panorama" biasanya mengacu pada pemandangan (menyapu pandangan) yang luas, istilah tersebut digunakan. Pergerakan kamera ke arah horisontal (kanan dan kiri) sambil tetap statis disebut pan. Alam padang pasir yang begitu indah dan adegan pertempuran digambarkan dengan teknik ini beberapa kali dalam film biografi Lawrence of Arabia. Dalam Schindler's List, pemandangan dari atas bukit menunjukkan kota tengah yang dibersihkan oleh para tentara Jerman. Pan biasanya digunakan untuk mengikuti pergerakan karakter atau melakukan reframing, yang berarti mengembalikan komposisi frame saat karakter bergerak.

2. Tilt

Tilt merupakan pergerakan kamera secara vertikal (atas-bawah atau bawah-atas) dengan posisi kamera statis. Tilt sering digunakan untuk memperlihatkan obyek yang tinggi atau raksasa di depan seorang karakter (kamera), seperti misalnya gedung bertingkat, patung raksasa, atau obyek lainnya.

3. Tracking

Tracking shot, juga dikenal sebagai *dolly shot*, adalah pergerakan kamera yang disebabkan oleh pergeseran posisinya secara horisontal.

Sejauh masih menyentuh permukaan tanah, mereka dapat bergerak ke arah mana pun. Mereka dapat bergerak dalam berbagai cara, seperti maju (*track forward*), mundur (*track backward*), melingkar, atau menyamping (*track left/right*). Mereka juga sering menggunakan rel atau track. Selain itu, tracking shot dapat dilakukan dengan truk atau mobil.

4. Crane Shot

Pergerakan kamera melalui Crane adalah pergerakan kamera yang berubah posisi secara vertikal, horisontal, atau ke mana saja selama masih di atas permukaan tanah. Gambar cranes biasanya menggunakan alat cranes, yang dapat membawa kamera dan operator sekaligus dan dapat bergerak turun dan naik hingga beberapa meter. Digunakan secara luas untuk menggambarkan situasi lanskap luas seperti kawasan kota, bangunan, taman, dan sebagainya, tembakan kran biasanya menghasilkan efek *high-angle*. Pada adegan pembuka *Touch of Evils*, Orson Welles menggunakan teknik crane shot yang sangat beragam dan menakjubkan. Shot dari helikopter atau pesawat adalah variasi dari teknik crane shot. Dalam adegan awal *Shining*, kamera dari udara mengamati mobil yang berjalan di jalan di wilayah pegunungan.

2.2.7 Jenis kamera Video

Menurut (Suryaningsih & Kurniawan, 2019) Kamera video adalah perangkat yang dimaksudkan untuk merekam gambar bergerak, juga dikenal sebagai video, yang dapat disimpan, dikirim, atau ditayangkan secara langsung. Gambar bergerak ini sangat penting untuk periklanan, perfilman, produksi video, dan siaran televisi. Dalam industri periklanan, video digunakan untuk menarik perhatian audiens secara visual dan emosional, dan membantu menyampaikan pesan produk dengan cara yang lebih menarik dan mudah diingat. Di sisi lain, dalam produksi film dan televisi, kamera video menjadi alat utama dalam pembuatan karya visual yang dapat menghibur dan memberikan informasi kepada khalayak luas.

Terdapat berbagai jenis kamera video, termasuk kamera DSLR dan mirrorless yang digunakan dalam produksi kreatif, kamera broadcast yang umum digunakan dalam industri televisi, kamera sinematik untuk film profesional, dan kamera pengawas yang digunakan untuk keperluan keamanan. Setiap jenis kamera memiliki fitur dan spesifikasi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya. Fitur-fitur seperti resolusi video, jenis lensa, zoom, sensitivitas cahaya, dan sistem perekaman termasuk dalam hal ini. Jenis-jenis kamera video, karakteristik dan fungsinya:

1. Kamera Studio

Kamera studio juga disebut sebagai kamera profesional karena berukuran sangat besar, memiliki semua fitur dan fasilitas yang diperlukan, dan cukup berat untuk digunakan di lapangan. Karena itu, saat digunakan, harus dilengkapi dengan tripod. Untuk mendukung pergerakan kamera, kaki tripod dipasang pada roda yang disebut dolly. Kamera studio dikendalikan oleh pedestal, yaitu sebuah kolom tunggal yang terletak di roda untuk mendukung kamera, dan dikendalikan dengan mekanisme hidrolis atau pneumatik. Karena ukuran dan beratnya, kamera studio biasanya ditujukan untuk operasi di dalam studio.



Gambar 18. Kamera Studio

Sumber : www.elrajab.com

2. Camcorder

Camcorder adalah singkatan dari "camera and recorder", yang berarti kamera video portabel yang memiliki recorder atau alat perekam yang dipasang pada kamera. Kamera video lebih kecil dan ringan, sehingga mudah dibawa untuk tugas pemberitaan berita. Ini biasanya digunakan untuk siaran televisi, film amatir, pengumpulan berita elektronik (ENG), jurnalistik warga atau jurnalisme warga, dan beberapa aplikasi lainnya.



Gambar 19.Kamera Camcorder

Sumber : www.sony.co.id

Kamera video besar dan kecil terdiri dari dua kategori. Camcorder besar berukuran sebahu dan dilengkapi dengan lensa zoom berkualitas tinggi dengan rasio zoom tinggi. Camcorder besar juga memiliki tiga sensor CCD dan alat perekam pada kartu memori yang terpasang pada hard drive. Lensa kamera besar memiliki kualitas optik yang lebih baik dan mekanisme zoom yang lebih lembut daripada kamera kecil.

3. Kamera HDTV

Kamera HDTV menghasilkan gambar yang lebih berkualitas, lebih tajam, warna yang lebih baik, dan lebih baik dalam hal kontras gelap-terang dibandingkan dengan kamera televisi standar. Untuk menghasilkan gambar dengan resolusi yang tinggi, HDTV membutuhkan CCD yang berkualitas tinggi, lensa yang tepat, alat pemrosesan sinyal, viewfinder, dan monitor yang dapat mengakomodasi gambar. Kamera HDTV biasanya disambungkan ke alat perekam HDTV atau alat perekam yang dipasang pada kamera, mirip dengan yang dimiliki kamera video besar.



Gambar 20.Kamera HDTV

Sumber : www.elrajab.com

4. Kamera Sinema Elektronik

adalah kamera video HDTV atau camcorder yang memiliki fitur sinematografis. Beberapa kamera sinema elektronik memiliki jendela bidik yang mirip dengan pipa yang menampilkan gambar monokrom beresolusi tinggi di layar datar eksternal yang lebar atau layar lebar. Di depan lensa terdapat kotak yang dapat menampung berbagai jenis filter. Beragamnya tingkatan frame yang mungkin terjadi adalah salah satu manfaat kamera sinema elektronik dalam pembuatan film.



Gambar 21.Kamera Sinema Elektronik

Sumber : infobrand.id

5. Kamera DSLR

Kamera DSLR adalah singkatan dari Digital Single-Lens Reflex, dan tujuan sebenarnya dari kamera ini adalah untuk mengambil foto. Kamera DSLR menarik untuk digunakan dalam fotografi dan pembuatan film karena resolusi tinggi dan kapasitas memori yang besar. Namun, untuk

pembuatan film, ada beberapa kelemahan, seperti penurunan kualitas suara dan masalah posisi saat pengambilan gambar. Namun demikian, kamera DSLR tidak memerlukan lensa khusus untuk digunakan.



Gambar 22. Kamera DSLR

Sumber : www.bhinneka.com

6. Kamera Smartphone

Untuk memenuhi kebutuhan utama orang untuk berkomunikasi, semua smartphone (telepon pintar) sekarang memiliki fitur kamera. Di dalamnya terdapat berbagai jenis kamera, masing-masing dengan kapasitas penyimpanan dan resolusi yang sesuai dengan jenis smartphone tersebut. Gambar yang dibuat oleh kamera video telepon pintar tidak sebaik gambar yang dibuat oleh kamera video lainnya karena kamera video telepon pintar hanya berfungsi sebagai alat komunikasi.



Gambar 23. Kamera Smartphone

Sumber : dorangadget.com

2.2.8 Jenis Lensa Kamera

Lensa adalah kaca dengan bidang cembung dan lengkung. Permukaan yang tidak tegak dan lurus ini akan membesarkan atau mengecilkan gambar yang diterimanya dalam bentuk pantulan cahaya. Sebuah alat yang disebut lensa kamera terdiri dari rangkaian beberapa lensa cembung dan cekung yang diatur dalam jumlah dan jarak yang disesuaikan dengan karakteristik gambar yang dihasilkan.

Setiap lensa kamera memiliki angka yang menunjukkan jarak fokus (focal length) dan kekuatan lensa (diafragma), biasanya terletak di tepi lingkaran lensa bagian dalam. Dalam contoh di mana lensa memiliki tepi lingkaran dengan angka 1:1.4/50 atau 50 mm 1:1.4, angka-angka tersebut menunjukkan bahwa jarak fokus lensa adalah 50 mm, diafragma atau kekuatan lensa terbesar adalah 1.4, dan kekuatan cahaya adalah. Dengan kata lain, jumlah cahaya maksimum yang dapat masuk melalui lensa pada jarak fokus 50 mm adalah 1/1.4. Ada beberapa jenis lensa kamera SLR, diantaranya dapat disebutkan di bawah ini.

1. Lensa normal (kit)

Lensa normal memberi gambaran yang sebanding dengan mata kita. Jika dilihat melalui jendela pembidik, jarak antara objek dan pemotret tampak sesuai. Jarak fokus lensa biasa berkisar antara 45 mm dan 55 mm.



Gambar 24. Lensa Normal

Sumber : inet.detik.com

2. Lensa sudut lebar (wide)

lensa kamera dengan jarak fokus kurang dari 50 mm dan film lebar 35 cm. Lensa dengan jarak fokus yang lebih kecil, seperti 22-35 mm, menghasilkan sudut pandang yang lebih besar, seperti 12-17 mm. Lensa dengan jarak fokus yang lebih kecil biasanya disebut lensa mata ikan, karena sudut pandang yang dihasilkannya dapat mencapai 180°.



Gambar 25. Lensa Luas (Wide)

Sumber : id.made-in-china.com

3. Lensa Tele

Lensa tele: "Tele" artinya "jauh", dan sebuah lensa kamera yang dapat memotret dari jarak jauh dikenal sebagai lensa telefoto, teleskopik, atau lensa fokus panjang. Jarak fokus berkisar dari 85 hingga lebih dari 1000 mm.



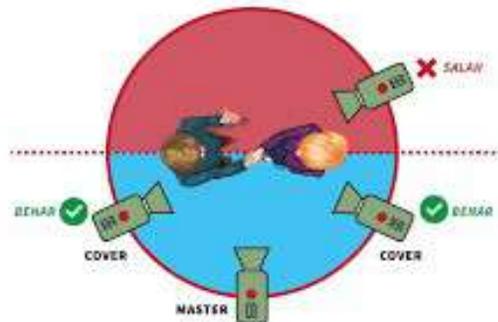
Gambar 26. Lensa Tele

Sumber : www.sony.co.id

2.2.9 Garis Imajiner

Menurut (Latief, 2020) terdapat prinsip penting yang harus diperhatikan, yaitu continuity direction dan continuity of action, yang mencakup arah pandang dan arah gerak objek. Untuk menjaga kesinambungan ini, digunakan konsep yang disebut garis imajiner (*imaginary line*). Meskipun garis ini tidak terlihat secara fisik, posisinya harus selalu diingat oleh kru produksi.

Apabila prinsip garis imajiner diabaikan, proses pemilihan gambar saat editing akan menjadi sulit, bahkan jika dipaksakan dapat membuat penonton kebingungan. Hal ini terjadi karena arah gerak atau arah pandang objek dalam gambar tidak konsisten. Melanggar atau melewati garis imajiner (*crossing line*) akan menimbulkan efek jump of screen direction



pada hasil editing. Untuk menghindari hal tersebut, sebelum perekaman dimulai, produser (PD) dan penata kamera perlu memastikan posisi kamera

Gambar 27. Pergerakan Kamera Hanya 180 derajat

Sumber : <https://studioantelope.com/>

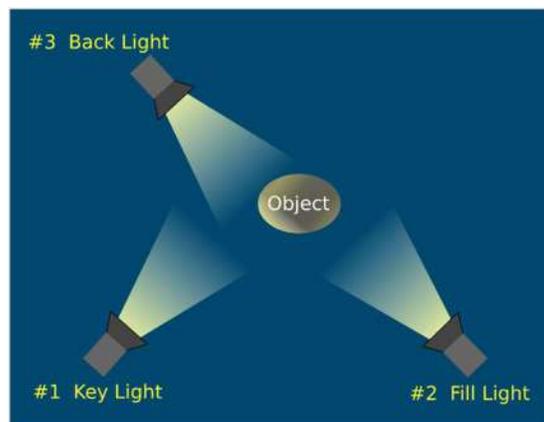
Menempatkan kamera pada posisi yang tidak melewati garis imajiner menghasilkan gambar yang memiliki kontinuitas arah dan aksi. Kesinambungan antara arah pandang dan arah gerak Sangat penting, prinsip ini adalah bahwa karya seni media harus membuat gambar yang disajikan

nyaman dilihat oleh penonton. Ini adalah prinsip dasar produksi, yaitu membuat gambar yang disajikan nyaman dilihat.

2.2.10 Three Point Lighting

Menurut (Hurbis-Cherrier & Mercado, 2018) Dalam pencahayaan tiga titik, strategi pencahayaan yang spesifik dan umum digunakan disebut pencahayaan tiga titik. Strategi ini menggunakan lampu utama (key light) biasanya cahaya frontal 3/4 yang berada pada sudut 45° dari kamera dan pada sudut vertikal 45°, lampu isi (fill light) biasanya berlawanan dengan lampu utama, dan (backlight) lampu belakang biasanya cahaya 3/4 dari belakang. Ada banyak contoh penggunaan metode ini dalam drama televisi dan wawancara dokumenter, yang merupakan pendekatan klasik Hollywood untuk menggambarkan orang.

Pencahayaan tiga titik cepat dan efektif, dan seringkali menjadi titik awal yang bagus untuk pendekatan pencahayaan. Namun, sangat penting untuk tidak menganggap pencahayaan tiga titik sebagai aturan yang harus dipatuhi setiap kali mengambil gambar.



Gambar 28, Three point lighting

Sumber : <https://en.wikipedia.org/>

Menganggap bahwa setiap orang harus selalu diberi pencahayaan dengan skema tiga titik akan menimbulkan masalah yang lebih besar. Metode konvensional secara otomatis hanya akan menghasilkan hasil yang buruk.

2.2.11 Editing

Menurut Mabruhi (2013), penyuntingan gambar memiliki efek psikologis selain aspek teknis. Editing adalah bagian penting dari elemen sinematik karena mereka dapat mengubah cara pesan disampaikan agar lebih kuat, membangkitkan emosi penonton, dan menarik perhatian. Akibatnya, memilih dan menyusun gambar yang layak digunakan merupakan tugas yang besar bagi editor.

Fungsi Editing diantaranya :

- Seleksi (Pemilihan)
kemampuan editor untuk memilih gambar terbaik dari berbagai rekaman yang diambil oleh sutradara. Tugas ini menuntut mereka untuk memilih gambar yang paling kuat secara visual dan audio serta membuang bagian yang tidak relevan. Pemilihan yang tepat akan membantu menyampaikan pesan film kepada penonton dengan lebih baik.
- Keterpaduan (coherence) dan Kesenambungan (continuity)
editor harus memastikan bahwa setiap gambar dapat berfungsi dengan baik saat mereka mengedit. Hal ini mencakup aspek psikologis, estetika, dan dramatik sehingga pergeseran antara gambar terasa alami. Kesesuaian suara, ekspresi, dan jalan cerita juga harus konsisten. Tujuan akhirnya adalah membuat film yang sederhana, singkat, dan mudah dipahami oleh penonton.
- Transisi
untuk memastikan perpindahan antara adegan berjalan lancar, terutama ketika film berpindah lokasi atau waktu. Jika tidak ada transisi yang baik, penonton bisa bingung karena perubahan yang tiba-tiba.
- Irama, Tempo, dan Pengendalian Waktu Editing

untuk tempo jalannya film. Irama visual dan audio harus mengalir dengan lancar tanpa terganggu. Variasi irama yang tepat dapat membuat film unik dan menarik perhatian penonton.

- **Pemekaran Waktu**

fungsi ini memungkinkan editing untuk memperluas suatu peristiwa dengan menambahkan detail melalui penyusunan shot. Misalnya, mereka dapat menampilkan objek yang lebih dekat atau menambah shot tambahan untuk mendukung suasana. Dengan cara ini, momen cerita menjadi lebih kuat dan dramatis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penyusunan laporan dan memaparkan kegiatan magang selama tiga bulan praktek kerja lapangan pada bulan 3 Februari 2025 – 3 Mei 2025 bisa memberikan banyak pengalaman positif bagi penulis . Kegiatan magang ini telah membantu penulis meningkatkan keterampilan teknis penulis, meningkatkan keterampilan interpersonal penulis, dan menjadi lebih profesional dalam bekerja terutama dalam bidang videografer .dan bisa langsung merasakan terjun ke dunia kerja industri creative ikut berkontribusi dalam pra produksi yang harus menyiapkan alat serta mengecek alat berfungsi baik dan tidak ada barang yang ketinggalan supaya tidak memakan waktu ,dan berkordinasi dengan tim sosial media untuk berdiskusi untuk refrensi atau story board yang akan digunakan dalam produksi nantinya ,selama produksi konten penulis jadi mengetahui tugas videografer dalam merekam dan merievew hasil video agar hasil yang di inginkan sesuai dan untuk menghindari hasil yang tidak fokus pada video ,pasca produksi bisa ikut serta membantu dan belajar dalam pengeditan video dari editing offline , editing online dan tahap hingga video bisa dipublikasikan ke sosial media.menjadi lebih mengetahui peran videografer dalam dunia industri kreatif terutama di agency .

- Mengetahui Peran Videographer saat melakukan pengambilan gambar harus mengerti cara mengoprasikan kamera terutama dalam mengatur segitiga exposure ,dan bisa menerapkan komposisi yang sesuai dengan tujuan motivasi shot yang akan digunakan
- Setelah melaksanakan kegiatan magang penulis menjadi mengerti tentang dunia industri kreatif terutama cara kerja videografer,dan sebagai bekal untuk persiapan dalam memasuki dunia kerja.
- Bisa mengetahui sistem kerja videografer dalam pembuatan konten media sosial mulai dari pra produksi, produksi , pasca produksi, dan priview hingga konten bisa di upload ke media sosial.

5.2 Saran

Setelah melakukan praktek kerja lapangan (PKL) di Kotakmedia Indonesia, penulis ingin memberikan beberapa saran yang harapannya dapat membantu instansi terkait agar menjadi lebih baik lagi. Dan sebelumnya penulis memohon maaf apabila saran yang disampaikan kurang berkenan, saran yang diberikan penulis yaitu:

1. Kotakmedia Indonesia
 - peningkatan atau upgrade fasilitas untuk produksi terutama dialat lighting dan lensa untuk upgrade agar bisa lebih maksimal dan bisa mempermudah videografer dalam produksi terutama diminim cahaya.
 - memberikan evaluasi kepada anak magang setelah melakukan produksi agar membantu anak magang dalam memperbaiki kekurangan.
 - anak magang di bimbing lebih intensif oleh videografer supaya lebih focus dalam mendalami pilihannya.
2. Prodi Broadcasting Film
 - Perbanyak lagi praktek produksi dan workshop alat alat baru yang berkesinambungan dalam bidang videografer atau yang ada diproduksi, sehingga mahasiswa mengerti alur kerja produksi yang harus dilakukan dalam produksi industri kreatif.
3. Mahasiswa stikom prodi broadcasting Film
 - Memperbanyak belajar melalui buku dan sumber dari internet, seperti teknik berbagai angle, cara penggunaan kamera, serta prinsip-prinsip visual, untuk memperluas wawasan dan meningkatkan kreativitas. Pemahaman konsep dan ide, karena dapat menjadi titik referensi saat berinovasi menciptakan visual yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsari, S., & Anggara, W. (2023). *Ekonomi Kreatif* (S. Nasution (ed.)). UMSU Press.
- Hurbis-Cherrier, M., & Mercado, G. (Illustrator). (2018). *Voice & Vision: A Creative Approach to Narrative Filmmaking* (3rd ed.). Routledge.
- Irwansyah M.Ds., S. K., Muhammad Ali Mursid Althafoni M.Sn., S. K., Eko Harri Yulianto Arifin M.Si., S. P., Muh. Khaddafi M.M., S. E., Fida Maisa Hana, M. K., Agung Prihandono M.Cs., S. K., Moh. Mahrush Ali, M. S., Fitri Iabuda, M. P., Moh. Safii M.Hum., S. K., & La Ode Muhammad Alfian Zaadi M.I.Kom., S. S. (2025). *Multimedia* (S. T. Rudy M.T. (ed.)). Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Javandalasta, P. (2021). *5 Hari Mahir Bikin Film*. Batik Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=SqQIEAAAQBAJ>
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama: Ide, Format, Sistem Kerja, Kerabat Kerja, Naskah, Tata Rias, dan Acuan Dasar Kamera*. Kencana (Divisi dari Prenadamedia Group). <https://www.prenadamedia.com>
- Lubis Dr., A. F. (2021). *Perjalanan Panjang TNI dalam Menjaga Negara Kesatuan Republik Indonesia dari Ancaman Terorisme : (Memandang Terorisme dari Sudut Pandang Ancaman Kedaulatan Negara)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Marji M.Kes., P. D., Wibawa S.Pd., MT., S. C., Hidayati S.Pd., M.Si., L., & Febiharsa S.ST., M.Pd., D. (2021). *Pasar Kerja Generasi-Z Bidang Vokasi*. Cerdas Ulet Kreatif.
- Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Montase Press.
- Putra, Y. W. S., Priyoatmoko, W., Sumema, Fitriati, T. N., Fauzi, A., Kusuma, A. A., Rahmayadi, G. E., Wardhani, D., Ardiansyah, R., Mahcmudi, M. A., & Setiawan, D. (2024). *Pengantar Teknologi Multimedia* (S. K. Aisyah Mutia Dawis M.Kom. & S. K. Erlangga M.Kom. (eds.)). CV. Tohar Media. <https://toharmedia.co.id>
- Suryaningsih, A., & Kurniawan, A. (2019). *Teknik Pengelolaan Audio Video untuk SMK/MAK Kelas XII*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

LAMPIRAN



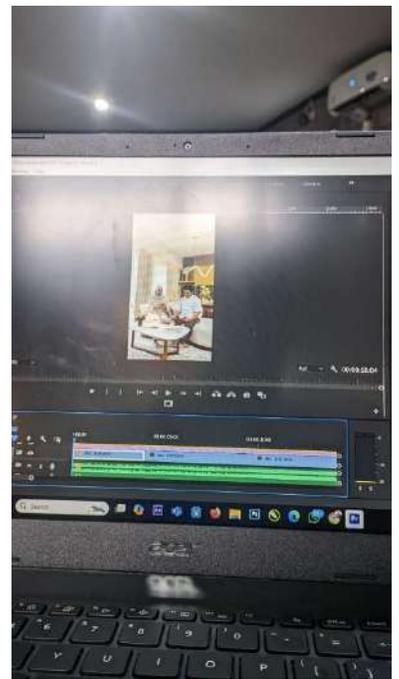
Produksi Konten Damai Putra



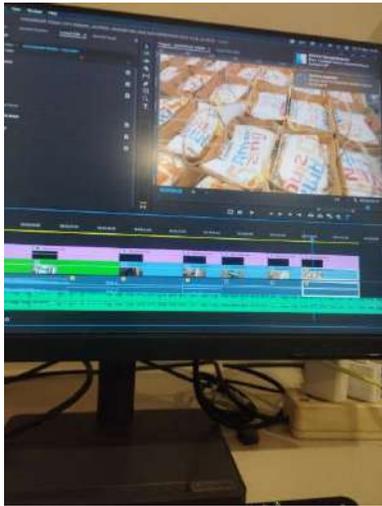
Produksi Konten RSIY PDHI



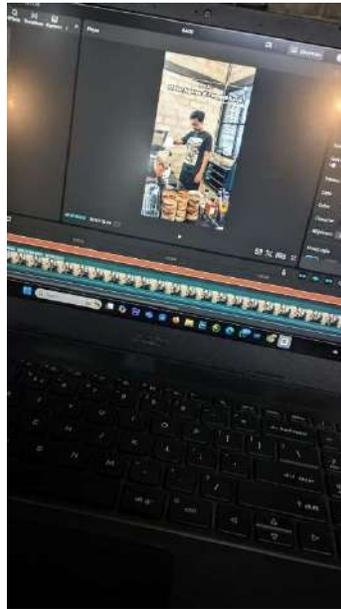
Pra-produksi Konten Skala
Pizza



Editing Konten
Damai Putra



Editing Konten ulang tahun Kotakmedia Indonesia



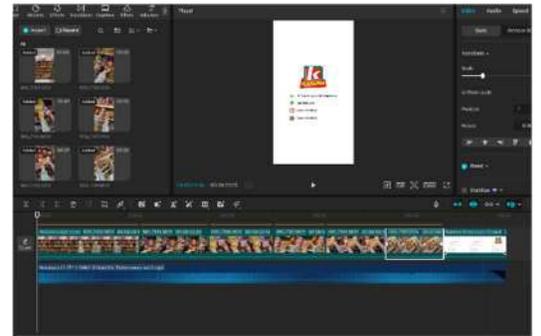
Editing Konten Koneksi space



Editing Konten Joglo Menggala



Editing Konten Koneksi Studio



Editing Konten Karuma Swalayan



Editing Foto Koneksi Space



Editing design Joglo Menggala



Foto acara nonton bareng karyawan kotakmedia indonesia



Foto acara buka bersama Kotakmedia Indonesia



Foto Dengan Pembimbing



Foto Hari terakhir magang di kotakmedia indonesia

STIKOM
SISTEM INFORMASI KOMUNIKASI
YUSTAKARTA

FORMULIR PENILAIAN PKL

Nama Instansi / Perusahaan : KOTAKMEDIA INDONESIA
 Nama Penilai : YAINNATHA K. AENI, P.D.
 Jabatan : MANAGER
 Alamat Kantor / Perusahaan : J. L. PARTONO NO. 55, GAMBANGAN
 Nomor Telepon :
 Nama Mahasiswa yang dinilai : YUWONO DWI WIBOWO
 PKL / Magang di bagian : XPT. MULTIMEDIA & DESIGN
 Mulai PKL / Magang Sejak : 3 FEB 2025 - 3 MEI 2025

Indeks Keterampilan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengantar**				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Kemampuan		✓			
Kemampuan	✓				
Kemampuan		✓			
Kemampuan menggunakan alat/modern	✓				

Komentar lain / saran :
 PERSAHABIAN KARYAWAN SAMA SAMA INIATIF, BERJIHAR, MEMBAHAGIAKAN KONGSI MIKRO

SEWUJUH, 3 MEI 2025
 Penilai
YAINNATHA K. AENI, P.D.
 Manajer Target & Capaian / Penjualan

Foto hasil nilai magang di kotakmedia indonesia



Foto sertifikat hasil magang di kotakmedia indonesia