

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan tinjauan pustaka dan landasan teori yang penulis jadikan pijakan dan referensi pada perancangan konten video Kampung *Heritage* sebagai media penunjang pariwisata kota malang

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam perancangan konten video vlog Kampung *Heritage* di kota Malang ini, penulis menggunakan lima karya tulis dan jurnal ilmiah sebagai acuan dalam proses perancangannya. Berikut adalah karya tulis ilmiahnya.

2.1.2 Jurnal Ilmiah

Studi pustaka pertama adalah Pemanfaatan Vlog Sebagai Komunikasi Interpersonal (Studi Deskriptif Kualitatif Album Ke-7 Endank Soekamti “Soekamti Day”) (Giantika,2018). Penulis menggunakan karya tulis ini sebagai acuan dalam perancangan konten video vlog Kampung *Heritage* karena komunikasi sangat berkaitan dengan informasi yang penulis sampaikan melalui video vlog. beberapa hal penting dalam menyebar luaskan sebuah produk, jasa, maupun destinasi adalah memberikan informasi untuk menunjang nilai baik dari segi harga, produk yang ditawarkan ataupun informasi lainnya yang dapat menarik perhatian calon konsumen. Selain promosi, persuasif juga perlu dilakukan untuk membujuk calon konsumen agar mau ke Kampung *Heritage*.

Studi Pustaka kedua adalah Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar (Bonafix,2011) Karya tulis ini memberikan informasi tentang istilah-istilah yang jarang diketahui seperti kamera ENG (*Electronics News Gathering*) atau Portable Camera yang awalnya dipakai untuk *hunting* berita, Kamera EFP (*Electronics Field*).

Production) yang sering dipakai di dalam ruangan (*indoor*) dan kamera DV (*Digital Video*). Selain itu juga terdapat beberapa teknik umum dalam pengambilan gambar mulai dari *Angle Camera*, *Frame Size* dan *Camera Movement*.

Studi pustaka ketiga yang penulis gunakan sebagai acuan adalah Implementasi Teknik *Color Correction* dan *Color Grading* Dalam Pembuatan Film "Tempat Wisata di Batam" (Yunusia,2017). Karya tulis ini bersifat sebagai ketentuan tugas akhir dari mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Karya tulis ini menggunakan metode perancangan Villamil Molina. Dalam karya tulis ini terdapat pengetahuan baru bagi penulis yaitu perbedaan *Color Correction* dengan *Color Grading*. *Color Correction* adalah proses mengoreksi *footage* atau gambar agar tidak over maupun under exposed, selain itu juga mengatur saturasi warna agar konsisten pada setiap *footage* atau gambar. *Color Grading* adalah proses manajemen warna dasar yang digunakan untuk mengubah atau meningkatkan nuansa pada sebuah video. Teknik ini akan diterapkan pada perancangan konten video vlog Kampung *Heritage*.

Studi pustaka keempat yang penulis gunakan sebagai acuan adalah Perancangan Promosi Wisata Pantai Berbasis Videografi Sebagai Uapaya Pengenalan Pariwisata Kabupaten Baru Kotabaru Kalimantan Selatan (Ismail et al, 2016). Karya tulis ini bersifat sebagai Tugas Akhir mahasiswa Desain Komunikasi Visual STIKOM, Surabaya. Beberapa hal yang dilakukan untuk melakukan promosi adalah dengan menyediakan beberapa desain sebagai media pendukung seperti poster dan *merchandise* serta desain di sosial media.

Studi pustaka kelima dan terakhir yang penulis gunakan sebagai acuan adalah Perancangan Media Promosi Video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness (Choirol et al, 2017). Pada karya tulis ini yang menjadi referensi penulis adalah *Unique Selling Point (USP)* yang bertujuan untuk menjual keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Dengan menunjukkan keunikan dari suatu tempat akan meningkatkan *awareness* pada calon pengunjung. Ke lima jurnal ilmiah ini penulis mendapat gambaran atau referensi dalam perancangan (judul TA).

2.1.3 Buku Referensi

1. *Cinematography Theory & Practice Third Edition*

Di dalam buku *Cinematography Theory & Practice Third Edition* (Brown, 2016), dijelaskan beberapa teori dan teknik dalam sinematografi mulai dari yang mendasar hingga tingkat lanjut. Selain itu dipaparkan tentang teknik-teknik videografi seperti *camera angle*, *camera movement*, dan *lightings basic*.

2. *Color Correction Handbook 2nd Edition*

Di dalam buku *Color Correction Handbook 2nd Edition* (Hurkman, 2014). Buku ini lebih terfokus pada teori *Color Grading* dan *Color Correction* serta beberapa teknik mengatur warna cahaya sesuai dengan persepsi dan *mood*.

3. *Youtuber For Dummies*

Di dalam buku *Youtuber For Dummies* (Corbuzier, 2018) mengajarkan cara menjadi Youtuber mulai dari Nol serta memaparkan beberapa alat yang dibutuhkan untuk membuat sebuah konten video, strategi merancang konten dan optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) video di platform Youtube.

4. *Tourism Innovation : Technology, Sustainability and Creativity.*

Di dalam buku *Tourism Innovation : Technology, Sustainability and Creativity. Innovation and Technology Horizons* (Álvarez-García, et al., 2020). Buku ini memberi informasi inovasi tentang kebutuhan pariwisata pada saat ini yaitu dengan memanfaatkan teknologi seperti internet dan mencari sebuah kreatifitas untuk pariwisata yang dijalankan.

5. *The New Rules of Marketing & PR*

Di dalam buku *The New Rules of Marketing & PR* (Scott, 2020) mengajarkan strategi membuat konten yang menarik, khususnya untuk keperluan *marketing*.

2.2 Kajian Sumber Ide Perancangan

2.2.1 Video Petualangan Di Kawah Wurung - Bondowoso, Jawa Timur

Video ini adalah karya konten vlog sinematik teman penulis dari Komunitas Youtuber Malang *channel* Kemana Aja. Kawah Wurung terletak di Bondowoso, Jawa Timur. Kawah Wurung memiliki arti dalam bahasa Jawa yaitu kawah yang tidak jadi terbentuk. Kawah ini tidak memiliki air dan hanya memiliki cekungan yang ditumbuhi rerumputan dan pepohonan.

Pada video ini yang menjadi sumber ide perancangan penulis adalah bagaimana cara menyampaikan informasi tempat wisata yang menarik dan diselipkan beberapa adegan lucu sehingga penonton menikmati videonya hingga akhir. Disisi lain tidak melupakan teknik-teknik videografi seperti *B-Roll*, *Camera Movement* dan *Transisi video*.



Gambar 2.1 Petualangan Di Kawah Wurung - Bondowoso, Jawa Timur

(Sumber : Youtube/Kemana Aja)



Gambar 2.2 Petualangan Di Kawah Wurung - Bondowoso, Jawa Timur
(Sumber : Youtube/Kemana Aja)



Gambar 2.3 Petualangan Di Kawah Wurung – Bondowoso, Jawa Timur
(Sumber : Youtube/Kemana Aja)

2.2.2 Video Collaboration Lensa Project “Capture Vietnam”

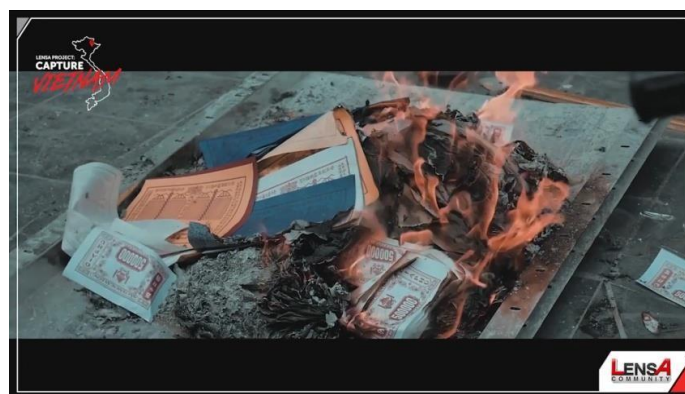
Lensa Project : Capture Vietnam adalah salah satu lomba yang diadakan Lensa Community yang diselenggarakan di seluruh Indonesia. Terdapat 4 kategori yang dilombakan yaitu Fotografer, Videografer, *Vlogger* dan *Drone Pilot*. Setiap kategori akan dipilih 1 perwakilan yang menang dari lomba tersebut dari seluruh Indonesia dan akan dibawa ke Vietnam untuk melakukan proyek kolaborasi.

Video Lensa Project : Capture Vietnam ini memberikan sebuah ide dalam perancangan dari segi *Color Grading*, dan *Footage B-Roll*.



Gambar 2.4 4 Finalis *Project Collaboration Lensa Project "Capture Vietnam"*

(Sumber : Youtube/Lazone Id)



Gambar 2.5 Video Collaboration Lensa Project "Cpture Vietnam"

(Sumber : Youtube/Lazone Id)

2.2.3 Menjajah Kuliner Jepang – Froyonion X Jepang

Video ini adalah Salah satu konten dari YouTube *channel* Froyonion. Isi keseluruhan dari video ini adalah gabungan dari vlog *traveling* dan vlog kuliner. Dalam video ini, penulis mengambil referensi pengambilan *footage* untuk B-Roll, editing *time remapping* untuk B-Roll dan *background music* yang cocok dengan suasana yang ingin dibangun.



Gambar 2.6 Menjajah Kuliner Jepang – Froyonion X Jepang
(Sumber : Youtube/Froyonion)



Gambar 2.7 Menjajah Kuliner Jepang – Froyonion X Jepang
(Sumber : Youtube/Froyonion)



Gambar 2.8 Menjajah Kuliner Jepang – Froyonion X Jepang
(Sumber : Youtube/Froyonion)

2.2.4 Cangar – Hunting Session #1

Video ini adalah Salah satu konten dari YouTube *channel* Ryukenardian dengan konten videografi dan fotografi. Video ini menceritakan proses fotografi bersama teman-temannya di Cangar, Batu. Referensi yang bias diambil dari video ini adalah footage dengan efek VHS atau seperti kamera analog.



Gambar 2.9 Menjajah Kuliner Jepang – Froyonion X Jepang
(Sumber : Youtube/Froyonion)

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Videografi

A. Pengertian Videografi

Videografi adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta(kejadian atau peristiwa) maupun fiktif(seperti cerita) dan bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional (Sadiman, 2009).

Videografi memiliki peranan penting dalam perkembangan jaman. Tidak hanya berita yang menyajikan suatu kejadian dan hiburan seperti sinetron, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media pembelajaran atau edukasi.

B. Kamera

Kamera adalah sebuah alat utama dalam aktifitas fotografi maupun videografi. Berasal dari bahasa Latin *camera obscura* yang berarti "ruang gelap". Awal terciptanya kamera hanya untuk menangkap sebuah gambar yang disebut foto. Abad ke 16-17 ditemukan teknik videografi yang berasal dari ilusi 1 gambar tetap diberi nama *still picture* dan kini bisa digunakan pada kamera modern saat ini (Todd, 2009). Ada beberapa tipe kamera antara lain :

1. Compact Camera

Dikenal dengan kamera saku atau kamera *pocket* dengan analog *Single Lens Reflex* (SLR). Kamera ini didesain sedemikian rupa agar mudah dibawa kemana-mana. Fiturnya otomatis sehingga bisa dipakai oleh orang awam tentang fotografi maupun Videografi.



Gambar 2.10 Compact Camera

(Sumber : sony.co.id)

2. *Bridge Camera* atau *Prosumer*

Kamera dengan mode manual dan mode otomatis serta kemampuan *zoom*-nya lebih jauh dari *Compact Camera*. Sensor kamera ini lebih kecil dibanding kamera DSLR, namun masih digunakan sebagai alternatif karena daya tahan baterainya lebih kuat dan juga lebih praktis dalam pengoperasiannya.



Gambar 2.11 *Bridge Camera/Prosumer*

(Sumber : adorama.com)

3. *Mirrorless*

Seperti namanya, kamera ini tidak menggunakan cermin seperti DSLR sehingga ukurannya lebih kecil dan praktis dibanding DSLR. Untuk kemampuannya setara dengan kamera DSLR pada umumnya.



Gambar 2.12 *Mirrorless Camera*

(Sumber : tekno.kompas.com)

4. *Action Camera*

Kamera ini banyak digemari oleh anak muda dan biasanya digunakan untuk olahraga ekstrem maupun *vlogger*. Kamera ini lebih sering digunakan untuk merekam video dibanding memotret foto. ukurannya lebih kecil dari kamera *pocket* dan fleksibel sekali karena bisa dipasang atas kendaraan maupun helm. Kualitas video sudah mumpuni dari 720fps hingga 240fps (*frame per second*) dengan resolusi dari 720p hingga 4K. *Action Cam* juga memiliki fitur *Image Stabilization* yang membuat hasil video hampir tidak ada guncangan meski dipasang diatas kendaraan.



Gambar 2.13 *Action Camera*

(Sumber : shopee.com)

5. *Digital Single Lens Reflex Camera (DSLR)*

Jenis kamera ini yang paling mumpuni diantara semua jenis kamera digital yang ada saat ini. Kamera DSLR memiliki kategori mulai *entry level*, *semipro* dan *pro*. Semakin tinggi levelnya, semakin canggih fitur yang dimiliki dan harganya juga semakin mahal.



Gambar 2.14 Kamera DLSR

(Sumber : indozone.com)

6. Kamera Video

Biasa disebut *Handycam* karena hanya digenggam dengan satu tangan. Tidak seperti kamera lainnya, kamera ini hanya bisa merekam video saja.



Gambar 2.15 Kamera Video/*Handycam*

(Sumber : Youtube/Lazone Id)

7. Kamera Medium Format

Keunggulan kamera medium format adalah ketajaman detail objek yang difoto. Kegunaan kamera ini biasanya untuk kepentingan komersial dari sebuah produk karena gambar yang dihasilkan sangat detail. Harga kamera sangat mahal setara *DSLR level pro yang body only*.



Gambar 2.16 Kamera Medium Format

(Sumber : tekno.kompas.com)

8. *Boutique Camera*

Kamera ini tidak lebih besar dari kamera saku. Memiliki sensor *fullframe* bahkan kemampuannya bisa melebihi kamera DSLR.



Gambar 2.17 *Boutique Camera*

(Sumber : foto.co.id)

9. *Kamera Smartphone*

Kamera ini sudah tersebar dan hampir setiap manusia memilikinya. Kamera *smartphone* saat ini juga tidak kalah bagus hasilnya dibanding kamera-kamera pada umumnya. Tidak memiliki kamera DSLR, kamera *smartphone* adalah pilihan yang pas untuk melakukan segala aktifitas fotografi dan videografi, bahkan semua orang terkenal seperti *youtuber* dan *selebgram* memulai karirnya hanya bermodal kamera *smartphone* karena sangat praktis sekali dan bisa langsung diedit pada *smartphone*-nya.



Gambar 2.18 *Kamera Smartphone*

(Sumber : techno.okezone.com)

C. Aksesoris Kamera

Aksesoris adalah *Item Support* atau alat pendukung yang berfungsi sebagai pendukung kerja sang fotografer/videografer dan kamera itu sendiri, salah satunya adalah *Tripod* atau Kaki Tiga. Sebelum digunakan sebagai alat pendukung kamera, *Tripod* digunakan sebagai penyangga sebuah benda. Di China dan Yunani menggunakan *Tripod* sebagai ornament, piala, hingga alat memasak kuah, dan penyangga vas (Stark, 2009). Beragam jenis aksesoris kamera, diantaranya :

1. *Tripod*

\Ini adalah aksesoris umum yang harus dimiliki oleh setiap fotografer, videografer, maupun konten kreator seperti *Youtuber*. Fungsi dari *Tripod* adalah sebagai penyangga kamera agar dapat berdiri sendiri dengan kokoh dan seimbang karena memiliki tiga kaki. Selain itu juga memudahkan pekerjaan jika harus merekam video dalam durasi lama dan tidak menimbulkan guncangan.



Gambar 2.19 *Tripod*
(Sumber : teds.com.au)

2. *Monopod*

Berbeda dengan *Tripod*, *Monopod* tidak bisa berdiri dengan sendirinya karena hanya memiliki satu kaki. Fungsi *Monopod* adalah menstabilkan gerakan kamera agar tidak terjadi guncangan dan mengurangi lelah sang fotografer maupun videografer, selain itu lebih fleksibel untuk perpindahan dari tempat satu ke tempat lainnya. *Monopod* juga dimodifikasi menjadi *Tongsis* (Tongkat Narsis) untuk mempermudah seseorang ketika ingin ber-*swafoto* dan *Vlogging*.



Gambar 2.20 *Monopod*

(Sumber : jakartanotebook.com)

1. Mini Tripod

Seperti namanya, aksesoris ini lebih kecil dan praktis dari *Tripod*. Merk terkenal dari Mini Tripod adalah *GorillaPod*. Kelebihan *GorillaPod* pada kakinya yang sangat fleksibel agar dapat dipasang dimana pun seperti ranting pohon. Lalu juga ada *Pistol Grip, Mini Tripod* yang bisa digunakan menjadi *Monopod* kecil untuk kegiatan *Vlogging*.



Gambar 2.21 *Mini Tripod : GorillaPod*
(Sumber : gudangdigaonline.com)



Gambar 2.22 *Pistol Grip Camera*
(Sumber : alturaphoto.id)

2. Tas Kamera

Biasanya saat membeli kamera akan dapat tas kamera ini, tetapi ada juga yang tidak dapat. Kegunaan tas kamera adalah sebagai wadah kamera agar dapat dibawa kemana-mana dan melindungi kamera dari benturan keras agar tidak rusak. selain itu juga sebagai wadah lensa dan berbagai aksesoris lainnya.



Gambar 2.23 Tas Kamera
(Sumber : ebay.blanja.com)

3. Lensa

Lensa memiliki banyak tipe seperti lensa *Wide*, *Fish Eye*, *Fix*, dan masih banyak lainnya. Tiap lensa memiliki kegunaannya sendiri dan diperlukan sesuai kebutuhan.



Gambar 2.24 Lensa
(Sumber : ebay.blanja.com)

D. Dasar Videografi

Dalam videografi pastinya ada hal-hal dasar yang perlu dipahami sebelum memulai videografi itu sendiri. Dasar dari videografi adalah *Lighting's Basic*, *Camera Angle*, dan *Camera Movement* (Millerson, Owen, 2008)

1. Lighting's Basic

Dalam proses pembuatan video, hal yang terpenting adalah pencahayaan. pencahayaan dibagi menjadi 2 yaitu pencahayaan natural dan pencahayaan buatan. Pencahayaan Natural menggunakan cahaya matahari meskipun di dalam ruangan maupun luar ruangan, namun kekurangannya adalah membutuh sumber cahaya yang cukup dan tidak bisa kita atur karena terkadang cahaya matahari redup tertutup awan sewaktu-waktu. Jika di dalam ruangan, maka membutuhkan sumber cahaya lain seperti bola lampu. Pada dasarnya pencahayaan memiliki 3 sumber cahaya yang berbeda kegunaannya antara lain :

a. *Key Light*

Key Light merupakan kunci utama dari teknik pencahayaan. Secara teknis sumber cahaya diarah dari sisi kanan atau kiri di depan objek. *Key Light* merupakan sumber cahaya dominan.

b. *Fill Light*

Fungsi dari *Fill Light* adalah mengisi bagian bayangan dari *Key Light*. Jika *Key Light* berada di sisi kanan, maka *Fill Light* berada di sisi kiri. Biasanya intensitas dari cahaya ini lebih redup dari *Key Lights*. Bayangan dari *Key Light* disebut dengan *Chiaroscuro*. *Fill Light* tidak diwajibkan untuk selalu digunakan karena tergantung ingin membuat suasana seperti apa. *Chiaroscuro* terkadang digunakan untuk memberi kesan menyeramkan, misterius, dan sebagainya.

c. *Back Light*

Back Light adalah sumber cahaya dari belakang objek. Kegunaannya adalah untuk mempertegas objek yang disorot dengan *background*, selain itu juga menciptakan ruang 3 dimensi.

2. Camera Angle

Camera Angle adalah teknik pengambilan gambar dari sudut pandang tertentu dan menghasilkan motivasi maupun persepsi tertentu. Dasar teknik *Camera Angle* antara lain *Normal Angle*, *High Angle*, *Low Angle*, *Bird eye*, *Frog Eye* dan *Over Shoulder*.

i. *Normal Angle/Eye Level*

Normal Angle adalah pengambilan gambar dengan sudut pandang sejajar dengan ketinggian mata. sudut pandang ini memperlihatkan pandangan mata seseorang, tidak ada kesan dramatis dan cenderung monoton.

ii. *High Angle*

Secara teknis, *High Angle* mengambil sudut pandang dari atas. yang membedakan *High Angle* dengan *Bird Eye* adalah posisi kamera berada di atas mata dan posisi kamera agak sedikit menunduk. Teknik akan memberi kesan kecil, pendek, rendah, perasaan sepi dan beberapa emosi negatif.

iii. *Low Angle*

Kebalikan dari *High Angle*, *Low Angle* mengambil sudut pandang di bawah mata. *Low Angle* memberi kesan megah, objek seakan lebih besar, dominasi, angkuh dan sombong.

iv. *Bird Eye*

Seperti namanya, pengambilan gambar ini seperti burung yang terbang di angkasa. *Angle* dari *Bird Eye* berada di atas dan lensa kamera mengarah lurus vertikal. Hasilnya lebih dramatis dari *High Angle* dan memberi kesan luas dan berada suatu tempat tinggi.

v. *Frog Eye*

Berbeda dengan *Low Angle*, *Frog Eye* mengambil benar-benar dari bawah tanah, seakan-akan hewan-hewan kecil melihat ke atas. Kesannya tergantung penyampaianya dari sang videografer.

vi. *Over Shoulder*

Over Shoulder adalah teknik pengambilan gambar dari belakang bahu seseorang. Teknik ini biasanya digunakan untuk dialog 2 orang, namun juga bisa dipakai untuk menceritakan sesuatu atau seseorang sedang berjalan ke tempat yang dituju.

3. Camera Movement

Camera Movement atau pergerakan kamera adalah teknik menggerakkan kamera dengan tujuan memberikan kesan tertentu. teknik ini menjadi penting karena tanpa adanya pergerakan kamera, hasil video akan terasa hambar dan monoton. Jenis-jenis *camera movement* diantaranya :

1. *Panning*

Panning adalah gerakan rotasi kamera dari arah kanan ke kiri atau sebaliknya dengan berpusat pada satu poros. Ketika menggunakan Tripod, porosnya adalah vertikal dan memutar kamera sisi satu ke sisi lainnya.

2. *Tilting*

Tilting adalah gerakan rotasi kamera dari bawah ke atas maupun sebaliknya. Poros *Tilting* adalah horizontal. pengaturan dan pengoperasiannya hampir sama dengan *Panning*.

3. *Pedestal*

Pedestal adalah pergerakan kamera naik atau turun. Berbeda dengan *Tilting*, kamera digerakkan layaknya *lift*, sedangkan *Tilting* bergantung pada poros.

4. *Dolly*

Dolly adalah pergerakan kamera dengan cara dimajukan atau dimundurkan. Teknik ini digunakan untuk mengambil objek yang sedang bergerak mendekat maupun menjauh.

5. *Zoom*

Zoom adalah pergerakan lensa kamera dan terlihat seperti mendekati atau menjauhi

objek. Terdapat 2 teknik yaitu *Zoom In*: mendekati objek dengan lensa dan *Zoom Out*: menjauhi objek dengan lensa. Berbeda dengan Dolly yang memajukan dan memundurkan kamera tetapi lensa tidak *zooming*.

6. *Tracking*

Tracking juga disebut *Follow*, yaitu pergerakan kamera mengikuti objek bergerak. Penggunaan *Tracking* sangat bervariasi, bisa menggunakan *Panning*, *Tilting* dan *Dolly*.

2.3.2 B-Roll

Pada dasarnya pengambilan adegan atau footage dibagi menjadi 2 yaitu *A-Roll* dan *B-Roll*. *A-Roll* adalah adegan primer secara keseluruhan pada suatu video, sedangkan *B-Roll* adalah adegan sekunder yang diselipkan pada beberapa waktu di *A-Roll* dengan tujuan melengkapi informasi dan visualnya (Compesi, Ronald, Gomez, 2015 p. 268).

Salah satu contohnya adalah reportase berita langsung dari tempat kejadian, dimana ada seorang reporter yang sedang memberikan informasi di depan kamera dan kejadian atau peristiwa yang berlangsung di lokasinya. Rekaman reporter tersebut adalah *A-Roll*, sedangkan *B-Roll*-nya adalah cuplikan detail peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi pada saat itu.

Tetapi sedikit berbeda dengan konten video seperti vlog yang menggunakan format *A-Roll* sebagai adegan pendukung dan *B-Roll* sebagai adegan utamanya. Ada juga yang tidak memakai *B-Roll*, salah satunya adalah video sinematik yang menampilkan *Beauty Shot* diiringi dengan lagu yang tujuannya hanya untuk estetika. *Beauty Shot* pada videografi saat ini sama dengan konsep *B-Roll* yang sebagai cuplikan pendukung.

2.3.3 Transisi

Transisi dalam videografi adalah teknik yang digunakan saat pasca produksi dalam proses *film editing* atau *video editing* yang menggabungkan adegan satu dengan lainnya menjadi satu kesatuan (Beaver, 2015). Dalam dunia videografi, transisi merupakan suatu efek perpindahan dari adegan satu ke adegan lainnya. Ada beberapa transisi umum yang sering digunakan seperti *Dissolve*, *Cut*, *Wipe*, dan *Fade*. *Dissolve* adalah transisi dari video A ke video B secara memudar. *Cut* adalah transisi dengan cara memotong bagian yang tidak perlu. *Wipe* adalah transisi dengan cara menggeser video A dengan video B. *Fade*, sesuai dengan namanya adalah memudar. *Fade in*, dari layar kosong perlahan muncul video A dan *Fade Out*, dari Video A memudar ke layar kosong

Semakin berkembangnya teknologi, transisi saat ini sangat berkembang yang berawal dari transisi sederhana *Dissolve* dan *Wipe* menjadi sangat dinamis serta tidak kaku. Adapun transisi menggunakan tumpukan video lain seperti *Light Leak Overlay* dan *Glitch*. *Glitch* sendiri pun juga ada yang bertipe *Dissolve*.

2.3.4 Metode Perancangan Video

Metode yang digunakan dalam perancangan pada Konten Video Kampung *Heritage* Di Kawasan Kayutangan Kota Malang Sebagai Media Penunjang Pariwisata adalah *Pre-Production*, *Production*, dan *Post-Production* (Littlefield,2015).

1. *Pre Production* (Pra produksi)

Pra produksi adalah tahap mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan sebelum melakukan tahap produksi. Beberapa hal yang perlu dipersiapkan adalah *script*, *storyboard* dan *software* yang akan digunakan, peralatan dan perlengkapan. Pra produksi juga digunakan latihan untuk menguasai alat yang sudah ditentukan agar terbiasa saat melakukan tahap produksi.

2. Production (Produksi)

Produksi merupakan proses merealisasikan pada yang telah dirancang sebelumnya. Sebelum memulai produksi, kru yang bekerja di lapangan akan di *briefing* terlebih dahulu dan diingatkan hal-hal penting dan detail dari yang telah direncanakan pada tahap pre-produksi.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pada saat proses produksi menurut Littlefield seperti komposisi menggunakan *Rule of Third* agar penataan lebih seimbang, *Angle Camera* sejajar dengan mata karena *angle* ini paling nyaman ketika dilihat oleh audiens, pengambilan gambar yang perlu dihindari (*cropping* pada pinggang, lutut, maupun kaki serta peralatan yang mengganggu), pencahayaan, memilih jenis pakaian, kualitas audio, dan berinteraksi dengan tim serta model.

3. Post Production (Pasca produksi)

Setelah selesai melakukan tahap produksi, langkah selanjutnya adalah melakukan tahap *Post Production* atau Pasca Produksi. Pasca-produksi adalah tahap menyeleksi dan mengoreksi bagian yang perlu di koreksi dari audio maupun video, memberi *background music* yang cocok dengan konten video dan menambahkan beberapa *sound effect*, transisi dan mengubah suasana dengan *color grading* untuk mendukung hasil akhir yang lebih maksimal. Proses ini disebut *editing*. Hasil akhir tersebut akan memasuki tahap di uji dari awal hingga akhir oleh pihak internal. Jika ada yang perlu dikoreksi, maka harus melakukan perbaikan. Namun jika hasil akhir sudah dianggap baik, maka dilakukan distribusikan sesuai dengan rencana awal.

2.6 YouTube

2.6.1 Sejarah Singkat

YouTube adalah salah satu platform berbasis video terbesar di dunia. *Youtube* didirikan oleh 3 mantan karyawan legenda *Pay Pal* yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Kharim. Hanya dalam 18 bulan diciptakan, *Google* membeli saham *YouTube* senilai 1.65 miliar dolar Amerika Serikat, itulah mengapa *Youtube* menjadi *platform* terbesar di dunia. Video pertama *YouTube* diunggah pada 23

April 2005 oleh *Co-Founder Youtube*, Jawed Kharim. Dalam 1 menit terdapat 100 jam video yang terunggah, artinya pengguna YouTube dari penonton dan kreatornya sangat banyak (Corbuzier,2018.p3). Kreator di *platform YouTube* disebut *Youtuber*.

2.6.2 Memulai Konten YouTube

Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memulai sebuah konten di *YouTube* yaitu :

a. Menentukan Niche

Niche atau Ceruk adalah tempat dimana kreator akan dikenali banyak orang atau bisa dikatakan sama seperti Tema..

Salah satu contoh Youtuber Indonesia yang sukses adalah Reza Oktovian. Niche dari Reza Oktovian adalah *game* dan orang yang mempunyai ketertarikan yang sama akan menonton video-video *review game, Tips & Trick* dan semua hal yang berkaitan dengan *game*.

Niche berbeda dari pangsa pasar karena pangsa pasar yang menetapkan siapa pasar dari sebuah produk. Berbeda dengan *niche* yang berangkat dari diri sendiri dan sesuatu yang disukai oleh kreator.

Niche juga bertujuan agar kreator tidak menjadi "*Youtuber Random*", yang artinya menjaga konsistensi dari *niche* yang kreator pilih. Jika kreator/*youtuber* membuat konten *random* atau keluar dari *niche*-nya, maka penonton akan kebingungan dengan *Youtuber* tersebut dari *niche* yang mana. Contohnya penulis tidak menentukan *niche* dari awal dan membuat konten bermacam-macam seperti *dance*, bermain *game* dan memasak. *Viewers*/Penonton pasti kebingungan apakah penulis adalah *Youtuber Dancer, Youtuber Gaming* atau *Youtuber Memasak*.

b. Mencari Ide Kreatif

Ada beberapa cara yang bisa kita lakukan untuk mendapatkan ide-ide kreatif konten video. Salah satu teknik yang bisa dilakukan untuk mencari sebuah ide kreatif adalah membuat *list* berdasarkan 5W+1H. Teknik ini biasa digunakan oleh jurnalis dalam membuat reportase yang terdiri dari 6 pertanyaan untuk melaporkan 1

kejadian atau peristiwa.

Misalkan *niche* yang penulis buat adalah kuliner dan sedang tertarik pada salah satu makanan yaitu donat. 5W+1H bisa digunakan untuk membuat konten donat ini, contohnya seperti berikut ini :

1. What (Apa)

Contoh judul video : "Apa *sih* itu Donat?"

Dari pertanyaan ini bisa berbicara banyak hal seperti tentang jenis- jenis donat dari berbagai negara atau apakah donat memiliki satu bentuk dan masih banyak lagi tentang "apa itu donat?"

2. Why (Mengapa)

Contoh judul video: "Mengapa saya suka donat?"

Di dalam video tersebut bisa berbicara berbagai macam alasan tentang enak nya donat atau bisa membandingkan *brand* donat satu dengan *brand* donat yang lain dan sebagainya.

3. When (Kapan)

Contoh judul video : "Saat-saat terbaik untuk makan donat"

Dari pertanyaan ini bisa menjelaskan kapan waktu yang pas untuk menikmati donat dan masih bisa digali lebih dalam lagi.

4. Where (Dimana)

Contoh judul video "Survei tempat donat terenak"

Kreator mengunjungi satu toko ke toko lain kemudian membahas tentang rasa, harga, lokasi/tempat (interior), pelayanannya, dsb.

5. **Who (Siapa)**

Contoh Judul Video "Donat Viral Berdiameter 1 Meter? Siapa yang buat?"

Mungkin pertanyaan ini sedikit susah tetapi bukan mustahil untuk menggalinya. misalkan siapa orang yang menemukan donat pertama kali atau orang yang membuat donat viral berdiameter 1 meter dan masih banyak lagi.

6. **How (Bagaimana)**

Contoh judul video : "Bagaimana membuat donat enak ala rumahan?" Disamping menjelaskan tentang resep, kreator tentunya akan memeragakan cara membuat donat ini, alat rumahan yang bisa dipakai, dll.

C. **Search Engine Optimation (SEO)**

Bagi yang baru memulai menjadi Youtuber, SEO atau optimasi alat pencarian adalah hal paling penting karena menjadi sebuah kunci dimana sebuah video akan ditemukan YouTube dan akan direkomendasikan ke para penonton. Rekomendasi video dari YouTube berupa notifikasi pada platform itu sendiri atau muncul di smartphone jika mengunduh aplikasi YouTube. Terdapat 4 bagian yang harus dioptimasi antara lain Thumbnail, Judul, Deskripsi, dan Tag.

Thumbnail adalah tampilan awal sebelum menekan sebuah video. Thumbnail menjadi penting karena akan penonton memilih apa yang penonton ingin lihat. Misalkan *YouTube* adalah sebuah toko dan *Thumbnail* adalah kemasan sebuah produk. Pengunjung yang datang ke toko tersebut pasti akan melihat banyak produk disana, mulai dari produk yang selalu mereka beli dan ada beberapa produk baru yang belum pernah mereka jumpai. Jika kemasan produk baru itu menarik, kemungkinan besar pengunjung akan membeli produk tersebut, namun sebaliknya jika produk tidak menarik maka hanya akan dilewati saja. Jadi peranan Thumbnail menjadi sangat penting dan harus didesain semenarik mungkin agar calon penonton mau mengunjungi video tersebut. Judul, Deskripsi, dan *Tag* membutuhkan usaha ekstra karena ketiga hal ini saling berkaitan karena mengadakan *Keyword* atau kata kunci. Kata kunci menjadi penentu sebuah video akan ditemukan di alat pencarian *YouTube*.