

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aktivitas paling mendasar dalam kehidupan manusia. Sejak lahir, manusia sudah menggunakan komunikasi, baik dalam bentuk tangisan, bahasa tubuh, maupun simbol-simbol lain, sebagai sarana untuk menyampaikan kebutuhan, perasaan, dan gagasan. Dalam perkembangannya, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses pertukaran pesan, tetapi juga sebagai proses sosial yang kompleks yang melibatkan penciptaan makna bersama. Menurut Lasswell (1948), komunikasi dapat dijelaskan melalui formula sederhana tetapi sangat mendasar: *“Who says what in which channel to whom with what effect”* (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Rumus Lasswell ini memperlihatkan bahwa komunikasi bukanlah sekadar kegiatan satu arah, melainkan suatu proses yang terdiri dari beberapa unsur yang saling berhubungan: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

Hovland (1953) memperluas pengertian ini dengan menyatakan bahwa komunikasi adalah *“the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals”* (proses dimana seorang individu mengirimkan rangsangan, biasanya berupa simbol verbal, untuk mempengaruhi, membentuk opini bahkan mampu mengubah perilaku penerima pesan. Di sisi lain, Effendy (2003) menyebut komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, opini, atau perilaku, baik secara langsung maupun dengan menggunakan media. Definisi ini menegaskan fungsi komunikasi yang tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi dan mengubah masyarakat.

Berdasarkan beberapa pandangan tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik pada level individu maupun sosial. Komunikasi memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pembentukan identitas sosial, integrasi budaya, hingga proses transformasi sosial.

### 2.1.1 Macam-Macam Konteks Komunikasi

Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, tergantung pada jumlah partisipan, tujuan, serta media yang digunakan. (Littlejohn, S. W., & Foss, K. A., 2009) dalam *Theories of Human Communication* menjelaskan bahwa komunikasi dapat dibedakan berdasarkan konteksnya, yang masing-masing memiliki karakteristik tersendiri:

#### **1. Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi ini berlangsung dalam diri individu itu sendiri. Bentuk komunikasi ini terjadi ketika seseorang berbicara kepada dirinya sendiri, melakukan refleksi, atau merenungkan keputusan yang akan diambil. Walaupun sederhana, komunikasi intrapersonal penting menjadi penting karena dasar bagi proses pengambilan keputusan dan pembentukan identitas diri.

#### **2. Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung. Komunikasi ini biasanya bersifat tatap muka sehingga memungkinkan adanya umpan balik segera. Komunikasi interpersonal berperan besar dalam membangun hubungan sosial, baik dalam keluarga, persahabatan, maupun hubungan profesional (DeVito, 2011).

#### **3. Komunikasi Kelompok**

Komunikasi ini terjadi ketika sejumlah orang (biasanya lebih dari tiga orang) berkumpul dan berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Tubbs dan Moss (2008) menyebut bahwa komunikasi kelompok biasanya melibatkan diskusi, koordinasi, dan pengambilan keputusan yang membutuhkan partisipasi lain dari setiap anggota.

#### **4. Komunikasi Organisasi**

Komunikasi yang terjadi di dalam suatu struktur organisasi, baik formal maupun informal. Bentuk komunikasi ini bisa berupa komunikasi vertikal (dari atasan ke bawahan atau sebaliknya), horizontal (sesama rekan kerja), maupun diagonal (lintas divisi). Komunikasi organisasi berperan penting dalam kelancaran dan pencapaian tujuan bersama (Kreps, 2011).

Komunikasi yang berlangsung melalui media untuk menjangkau khalayak luas yang bersifat heterogen, anonim, dan tersebar. Komunikasi massa memerlukan media teknologi seperti surat kabar, televisi, radio, dan film. Ciri khas komunikasi massa adalah skalanya besar, sifatnya yang satu arah, dan keterbatasan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan (McQuail, 2010). Dengan memahami berbagai level komunikasi tersebut, dapat dilihat bahwa komunikasi bukanlah aktivitas tunggal, melainkan fenomena yang kompleks dan multidimensional.

Unsur komunikasi dapat dijelaskan melalui model yang dikemukakan oleh (Lasswell, 1948) dengan rumus klasik:

**Who → Says What → In Which Channel → To Whom → With What Effect**

Model ini memperlihatkan bahwa setiap komunikasi setidaknya melibatkan lima komponen:

1. **Komunikator (Who)** : Pihak yang menyampaikan pesan, bisa berupa individu, kelompok, atau institusi.
2. **Pesan (Says What)** : Informasi, ide, atau gagasan yang dikomunikasikan.
3. **Media/Saluran (In Which Channel)** : Sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, baik secara langsung maupun melalui media massa.
4. **Komunikan (To Whom)** : Pihak yang menerima pesan atau audiens.
5. **Efek (With What Effect)** : Dampak atau perubahan yang ditimbulkan pada komunikan setelah menerima pesan.

Dengan demikian, komunikasi bukanlah sekadar penyampaian pesan, melainkan suatu proses yang bertujuan menghasilkan efek tertentu pada penerima pesan. Dalam konteks film, unsur-unsur komunikasi ini dapat diaplikasikan dengan jelas: pembuat film sebagai komunikator, film sebagai pesan, layar bioskop atau platform digital sebagai saluran, penonton sebagai komunikan, dan perubahan persepsi atau emosi sebagai efek komunikasi.

### 2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling berpengaruh dalam masyarakat modern. Bittner (1980) mendefinisikan komunikasi massa sebagai “*messages communicated through a mass medium to a large number of people*” (pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang). Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi massa melibatkan tiga elemen penting yaitu, adanya media, jumlah audiens yang besar, dan sifat penyebaran pesan yang luas. McQuail (2010) menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

1. Komunikator terlembaga, artinya pesan dalam komunikasi massa biasanya diproduksi oleh institusi atau organisasi media yang memiliki struktur tertentu.
2. Pesan bersifat publik, sehingga dapat diakses oleh banyak orang.
3. Audiens yang luas, heterogeny dan anonim, sehingga komunikator tidak mengenal secara personal siapa penerima pesan.
4. Menggunakan teknologi, karena tanpa media, komunikasi massa tidak akan dapat menjangkau audiens dalam skala besar.

Lebih jauh, komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana hiburan, pengawasan sosial, dan agen sosialisasi budaya (McQuail, 2010). Dengan peran tersebut, komunikasi massa memiliki pengaruh yang signifikan dalam pembentukan opini publik, persepsi sosial, bahkan perilaku masyarakat.

### 2.1.3 Macam-Macam Media Komunikasi Massa

Media komunikasi massa terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi, Menurut McQuail (2010), media massa dapat dibagi ke dalam beberapa jenis, yaitu :

#### 1. Surat Kabar (Koran)

Surat kabar merupakan media cetak yang menyajikan berita, opini, beserta iklan secara periodik, Koran memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik karena dianggap kredibel dan otoritatif.

#### 2. Radio

Radio merupakan media audio yang menyampaikan pesan dengan cepat, murah, dan dapat menjangkau khalayak luas. Meskipun hanya berbasis suara, radio tetap bertahan karena sifatnya yang langsung, personal, dan fleksibel.

#### 3. Televisi

Televisi merupakan media audio-visual yang menyajikan informasi, hiburan, dan pendidikan secara bersamaan. Televisi sering disebut sebagai media paling berpengaruh pada abad ke-20 karena kemampuannya untuk menjangkau khalayak luas dengan cepat (McQuail, 2010).

#### 4. Film

Film adalah media komunikasi massa yang menyampaikan pesan melalui kombinasi audio-visual. Film tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga mampu menyampaikan ideologi, bahkan propaganda. Seperti yang dikatakan Effendy (2003), film memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi persepsi, sikap, dan gaya hidup penontonnya.

Dari keempat media tersebut, film menjadi medium yang unik karena tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengandung unsur seni dan estetika. Oleh karena itu pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada film.

### 2.1.4 Film

Film merupakan karya seni sekaligus media komunikasi massa. Film menggunakan serangkaian gambar bergerak yang dipadukan dengan suara untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Menurut Effendy (2003), film adalah media komunikasi massa yang efektif karena menggabungkan kekuatan visual dan audio yang mampu mempengaruhi perasaan dan pikiran penonton.

Dari sudut pandang teori komunikasi, film dapat dipahami melalui beberapa perspektif. Pertama, **Teori Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Theory)** yang berkembang pada awal abad ke-20 berasumsi bahwa pesan media, termasuk film, memiliki pengaruh langsung, kuat, dan seragam terhadap audiens (Lasswell, 1948).

Kedua, **Teori Kultivasi (Cultivation Theory)** yang dikemukakan oleh Gerbner (1976) menyatakan bahwa paparan media secara terus-menerus, termasuk film, dapat membentuk persepsi sosial penonton. Misalnya, penonton yang sering mengonsumsi film kekerasan cenderung memiliki persepsi bahwa dunia nyata penuh dengan kekerasan.

Ketiga, **Teori Uses and Gratifications** dari Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menjelaskan bahwa audiens tidak pasif, melainkan aktif memilih media dan film sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti kebutuhan akan hiburan, informasi, identitas personal, atau interaksi sosial.

Dalam konteks tersebut, pemahaman mengenai film tidak dapat dilepaskan dari fungsinya sebagai media komunikasi massa yang bekerja melalui perpaduan elemen audio, visual, dan naratif untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada publik.

Menurut (Dhungana, 2024), film memiliki peran penting dalam komunikasi publik karena mampu “masuk ke dalam pikiran dan hati masyarakat” serta membentuk persepsi sosial melalui kekuatan visual dan emosi. (Tombu, 2024) juga menegaskan bahwa film adalah saluran efektif dalam menyampaikan ideologi dan nilai-nilai sosial kepada publik. Film sebagai media komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik utama:

- a) Audiens yang luas dan beragam: Film menjangkau penonton dari berbagai kalangan, tanpa membatasi usia, latar belakang sosial, maupun wilayah tempat tinggal.
- b) Penyampaian pesan secara bersamaan: Melalui distribusi di berbagai saluran bioskop, televisi, dan platform digital, film dapat menyampaikan pesan kepada banyak orang secara serentak. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi atau pesan secara cepat dan merata (Hadi, 2020).

- c) Keterlibatan emosional: Kombinasi gambar bergerak dan suara dalam film dapat menciptakan pengalaman yang mendalam dan emosi bagi penonton, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diingat dan dipahami.

Karakteristik-karakteristik tersebut memberikan landasan konseptual untuk memahami fungsi film dalam ranah komunikasi massa. Dengan demikian, sifat dasar film tidak hanya merepresentasikan bentuk penyampaian pesan, tetapi juga memperlihatkan kapasitasnya dalam memengaruhi persepsi, membentuk pemahaman, serta mengarahkan respons audiens secara lebih luas.

Film memiliki berbagai fungsi dalam konteks komunikasi massa, antara lain:

- a) Informasi : Menyampaikan fakta, berita, atau pengetahuan kepada Masyarakat.
- b) Edukasi : memberikan pembelajaran atau nilai-nilai tertentu melalui narasi dan karakter dalam film.
- c) Hiburan : Menyediakan kesenangan dan relaksasi bagi penonton.
- d) Persuasi : Mempengaruhi sikap atau perilaku penonton terhadap isu tertentu.

Pemahaman mengenai fungsi-fungsi tersebut sejalan dengan temuan Mustofa (2022) yang menegaskan bahwa film dalam ranah komunikasi massa memiliki peran hiburan, pendidikan, informasi, dan persuasi. Namun, fungsi tersebut tidak dapat dilepaskan dari dinamika perkembangan teknologi yang secara langsung mempengaruhi cara film diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah membawa transformasi signifikan dalam industri film. Proses produksi, distribusi, dan konsumsi film mengalami perubahan drastis seiring dengan kemunculan platform digital seperti Netflix, Disney+, Amazon Prime, dan layanan streaming lokal. Media digital telah mempercepat distribusi film lintas negara dan budaya, memungkinkan film dari berbagai belahan dunia menjangkau audiens global tanpa batasan geografis (Latisha, 2024).

Di Indonesia, dampak era digital terhadap budaya menonton film terlihat jelas dalam pergeseran preferensi penonton. Berdasarkan studi Ilmu Komunikasi Universitas

Gajah Mada, meskipun Sebagian Masyarakat masih menghargai pengalaman menonton di bioskop, mayoritas responden (75%) mengaku lebih nyaman menonton melalui layanan streaming (Satria, 2023). Temuan ini menunjukkan konsumsi film kini lebih bersifat personal dan fleksibel.

Globalisasi turut mempengaruhi konten film. Meski membuka peluang kolaborasi dan distribusi lintas negara, globalisasi juga menimbulkan resiko homogenisasi budaya. Oleh karena itu, penting bagi industri film untuk tetap mempertahankan nilai-nilai lokal sebagai pembeda utama dalam kompetisi global (Siallagan, 2024). Kearifan lokal dalam narasi film dapat menjadi kekuatan unik dalam menghadapi dominasi budaya global.

Selain itu, tantangan di era digital juga menuntut strategi distribusi film yang inovatif. Dengan maraknya platform daring, para produsen dituntut kreatif dalam memasarkan film agar tetap menarik minat audiens, baik lokal maupun internasional (Jati, 2023).

## 2.2 Macam-Macam Genre Film

### 2.2.1 Pengertian Genre Film

Bordwell dan Thompson (2010) dalam *Film Art: An Introduction* menjelaskan bahwa genre film merupakan kategori yang digunakan untuk mengklasifikasikan film berdasarkan pola narasi, tema, gaya visual, dan ekspektasi audiens. Beberapa genre utama film antara lain:

### 2.2.2 Genre Film

Beberapa genre utama film antara lain:

1. **Drama** : Menekankan konflik emosional antar tokoh dan menggambarkan realitas sosial.
2. **Komedi** : Menghadirkan humor, satir, dan situasi lucu untuk menghibur penonton.
3. **Aksi** : Menampilkan adegan kejar-kejaran, perkelahian, dan pertempuran dengan intensitas tinggi.
4. **Horor** : Dirancang untuk menimbulkan rasa takut, kengerian, atau ketegangan.

5. **Romantis** : Menitikberatkan pada kisah cinta dan hubungan emosional antar tokoh.
6. **Dokumenter** : Menyajikan fakta atau realitas dengan tujuan informatif dan edukatif.
7. **Fiksi Ilmiah (Sci-Fi)** : Mengeksplorasi imajinasi tentang teknologi, ruang angkasa, dan masa depan.
8. **Animasi** : Menggunakan teknik animasi untuk menciptakan karakter dan dunia imajinatif.

Genre film tidak hanya membantu audiens dalam memilih tontonan sesuai preferensi, tetapi juga menjadi alat bagi pembuat film untuk menyusun narasi yang sesuai dengan ekspektasi pasar dan budaya.

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah membawa transformasi signifikan dalam industri film. Proses produksi, distribusi, dan konsumsi film mengalami perubahan drastis seiring dengan kemunculan platform digital seperti Netflix, Disney+, Amazon Prime, dan layanan streaming lokal. Media digital telah mempercepat distribusi film lintas negara dan budaya, memungkinkan film dari berbagai belahan dunia menjangkau audiens global tanpa batasan geografis (Latisha, 2024).

Di Indonesia, dampak era digital terhadap budaya menonton film terlihat jelas dalam pergeseran preferensi penonton. Berdasarkan studi Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada, meskipun Sebagian Masyarakat masih menghargai pengalaman menonton di bioskop, mayoritas responden (75%) mengaku lebih nyaman menonton melalui layanan streaming (Satria, 2023). Temuan ini menunjukkan konsumsi film kini lebih bersifat personal dan fleksibel.

Globalisasi turut mempengaruhi konten film. Meski membuka peluang kolaborasi dan distribusi lintas negara, globalisasi juga menimbulkan resiko homogenisasi budaya. Oleh karena itu, penting bagi industri film untuk tetap mempertahankan nilai-nilai lokal sebagai pembeda utama dalam kompetisi global (Siallagan, 2024). Kearifan lokal dalam narasi film dapat menjadi kekuatan unik dalam menghadapi dominasi budaya global.

Selain itu, tantangan di era digital juga menuntut strategi distribusi film yang inovatif. Dengan maraknya platform daring, para produser dituntut kreatif dalam memasarkan film agar tetap menarik minat audiens, baik lokal maupun internasional (Jati, 2023).

## 2.3 Tugas Pokok Director of Photography

### 2.3.1 Director of Photography

*Director of Photography* (DOP) adalah individu yang bertanggung jawab atas aspek visual dalam produksi film, termasuk pencahayaan, framing, pergerakan kamera, serta penggunaan warna dan lensa untuk mendukung narasi dan emosi dalam film (Brown, 2016). Peran DOP tidak hanya berfokus pada aspek teknis tetapi juga pada bagaimana gambar yang akan dihasilkan mampu mendukung interpretasi cerita dan pengalaman penonton. Dalam film *Absence* peran DOP sangat krusial dalam membangun atmosfer yang mencerminkan konflik emosional antara karakter utama dan ayahnya.

### 2.3.2 Tugas dalam Proses Produksi Film Pendek

#### 1. Pra-Produksi

Pada tahap pra-produksi, DOP bertugas menyiapkan konsep visual film dan menyelaraskannya dengan visi sutradara. Tahap ini penting karena menentukan arah sinematografi yang akan dijalankan pada proses produksi.

- **Membaca naskah dan menentukan konsep visual**

DoP menganalisis naskah untuk memahami alur cerita, atmosfer, serta kebutuhan emosional karakter. Analisis ini menjadi dasar dalam menentukan konsep visual yang selaras dengan tema film (Brown, 2016).

- **Diskusi dengan sutradara dan departemen terkait**

Diskusi dilakukan untuk menyatukan visi artistik dan teknis antara sutradara, art director, serta gaffer. Proses ini bertujuan agar seluruh departemen memiliki pemahaman yang sama terkait gaya visual film (Brown, 2016).

- **Survei lokasi dan perencanaan teknis kamera serta pencahayaan**

DoP melakukan survei lokasi untuk menilai kondisi cahaya alami, ruang visual, serta potensi hambatan teknis. Hasil survei digunakan untuk menyusun

shot list, storyboard, dan kebutuhan teknis kamera serta pencahayaan (Brown, 2016).

## 2. Produksi

Tahap produksi merupakan fase utama di mana DOP mengimplementasikan rancangan visual ke dalam pengambilan gambar. Pada tahap ini, DOP berperan sebagai pengarah teknis visual di lapangan yang memastikan hasil gambar sesuai dengan konsep artistik yang telah disepakati.

- **Mengarahkan tim kamera**

DOP memimpin tim kamera dalam menentukan *framing*, komposisi, dan pergerakan kamera sesuai kebutuhan dramatik. Peran ini memastikan visual yang dihasilkan mendukung penceritaan (Mascelli, 1998).

- **Mengatur pencahayaan sesuai kebutuhan cerita**

DOP bertanggung jawab mengatur intensitas, arah, dan kualitas cahaya agar atmosfer yang tercipta sesuai dengan suasana naratif. Pencahayaan menjadi kunci dalam membangun emosi dalam film (Mascelli, 1998).

- **Menjaga konsistensi visual selama pengambilan gambar**

DOP mengawasi eksposur, warna, dan tekstur gambar agar konsistensi antar adegan tetap terjaga. Konsistensi ini penting untuk menjaga kontinuitas sinematik (Mascelli, 1998).

## 3. Pasca-Produksi

Dalam pasca-produksi, DOP masih berperan penting dalam penyempurnaan hasil visual film. Keterlibatan DOP pada tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil akhir tetap sesuai dengan konsep sinematografi yang telah direncanakan sejak awal.

- **Mengawasi *color grading***

DOP terlibat dalam proses penyesuaian warna untuk memastikan *tone* visual sesuai dengan konsep awal yang disepakati sejak pra-produksi (Mercado, 2010).

- **Mengevaluasi kontinuitas gambar**

DOP melakukan peninjauan hasil *editing* untuk menilai kesinambungan antar adegan, baik dari segi visual maupun emosional (Mercado, 2010).

- **Memberikan masukan teknis pada efek visual**

Apabila film menggunakan efek visual (VFX), DOP memberikan masukan teknis agar pencahayaan dan komposisi tetap harmonis dengan gambar nyata yang sudah direkam (Mercado, 2010).

### 2.3.3 Pengertian Videografi dalam Sinematografi

Videografi adalah seni dan teknik menangkap gambar bergerak untuk keperluan sinematik, dokumenter, atau komersial. Menurut (Kenworthy, 2019), videografi mencakup aspek teknis seperti penggunaan kamera, lensa, pencahayaan, pergerakan kamera, serta proses pasca-produksi dalam menghasilkan visual yang efektif dan menarik. Videografi merupakan salah satu elemen penting dalam produksi film karena bertanggung jawab atas bagaimana cerita divisualisasikan secara sinematik.

(Mascelli, 2018) dalam buku *The Five C's of Cinematography*, menjelaskan bahwa terdapat lima elemen kunci dalam videografi dan sinematografi, yaitu:

1. *Camera Angles* (Sudut Kamera) : Posisi dan sudut pengambilan gambar yang digunakan untuk menyampaikan emosi dan makna dalam suatu adegan.
2. *Continuity* (Kontinuitas) : Konsistensi visual dalam pengambilan gambar untuk memastikan transisi antar adegan terasa natural.
3. *Cutting* (Penyuntingan) : Pemilihan dan penggabungan gambar pasca-produksi untuk menciptakan ritme visual yang efektif.
4. *Close-ups* (Pengambilan Gambar Dekat) : Teknik yang digunakan untuk memperlihatkan detail wajah atau objek tertentu guna meningkatkan kedekatan emosional dengan penonton.
5. *Composition* (Komposisi) : Cara elemen-elemen visual disusun dalam bingkai untuk menciptakan keseimbangan dan makna tertentu dalam sebuah adegan.

Videografi tidak hanya berfungsi untuk menangkap gambar bergerak, tetapi juga menjadi alat utama dalam menyampaikan kondisi emosional karakter. Teknik

pencahayaan, pemilihan sudut kamera, dan gerakan kamera dirancang untuk memperkuat tema film yang berfokus pada konflik emosional antara ayah dan anak.

Menurut Blain Brown dalam bukunya (*Cinematography: Theory and Practice*, 2016), seorang DOP bekerja erat dengan sutradara untuk mengembangkan gaya visual yang sesuai dengan visi kreatif film. Proses ini melibatkan pemilihan komposisi, pengaturan pencahayaan, serta pemanfaatan warna dan tekstur visual untuk menciptakan kedalaman emosi dan makna dalam setiap adegan. (Brown, 2016) menekankan bahwa keputusan visual yang dibuat oleh DOP dapat mempengaruhi bagaimana penonton memahami karakter dan cerita.

#### 2.3.4 Hubungan Videografi dengan Narasi Film

Videografi memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan narasi film, karena elemen-elemen visual yang digunakan dalam proses pengambilan gambar dapat memperkaya dan memperdalam pemahaman penonton terhadap alur cerita. Menurut (Bordwell, *Film art: An introduction* (11th ed.), 2016), aspek visual dalam film tidak hanya berfungsi sebagai media pencatatan aksi tetapi juga sebagai elemen naratif yang membentuk pengalaman emosional dan intelektual penonton.

Komposisi sinematografi, seperti *framing*, pergerakan kamera, dan pencahayaan, digunakan untuk menciptakan hubungan yang lebih mendalam antara penonton dengan karakter serta konflik yang ada di dalam cerita. Misalnya, penggunaan teknik *center framing* pada karakter yang terisolasi dapat menambah kesan kesendirian atau ketegangan yang sesuai dengan tema cerita (Bordwell & Thompson, 2016). Dengan demikian, videografi bukan hanya mendokumentasikan peristiwa-peristiwa dalam film, tetapi juga memberikan makna dan kontribusi terhadap narasi keseluruhan melalui cara visual yang terstruktur dan terencana.

#### 2.3.5 Komposisi Center Framing dalam Sinematografi

##### a. Pengertian dan Karakteristik Center Framing

*Center framing* adalah teknis komposisi di mana subjek ditempatkan tepat di tengah bingkai, menciptakan keseimbangan visual yang kuat. Teknik ini sering digunakan untuk menyoroti karakter atau objek secara langsung, memberikan fokus penuh kepada subjek tanpa distraksi dari elemen lain di dalam bingkai.

Menurut (Brown, 2016), *center framing* dapat menciptakan kesan formalitas, ketertiban, dan keseimbangan dalam komposisi visual. Namun, dalam konteks tertentu, teknik ini juga dapat digunakan untuk menampilkan perasaan keterasingan, tekanan atau keganjilan tergantung pada bagaimana elemen-elemen lain di dalam bingkai disusun.

b. Dampak Penggunaan Center Framing dalam Narasi Visual

Penggunaan *center framing* tidak hanya mempengaruhi aspek visual, tetapi juga dapat mempengaruhi emosional penonton terhadap karakter atau adegan yang ditampilkan. Berdasarkan (Dancyger, 2011), teknik ini sering kali digunakan untuk memperkuat kedalaman psikologis karakter dengan menempatkan mereka di posisi yang terlihat, sering kali di tengah layar, untuk menunjukkan ketegangan atau keterasingan. Ini dapat menimbulkan perasaan bahwa karakter berada dalam situasi yang terisolasi, baik dalam konteks sosial maupun emosional. Selain itu, dalam beberapa kasus, penggunaan teknik ini dapat mengindikasikan dominasi atau kontrol, yang memberikan makna tambahan pada dinamika kekuatan antara karakter yang terlibat.

Secara teknis, *center framing* sering digunakan bersama dengan:

- Komposisi simetris : Dimana latar belakang atau elemen dalam bingkai menciptakan keseimbangan yang hampir identik di kedua sisi subjek.
- *Negative Space* (Ruang Negatif) : Meninggalkan banyak ruang kosong di sekitar subjek untuk menciptakan kesan kesepian atau keterasingan.
- *Depth of Field* (Kedalaman Bidang Fokus) : Menggunakan fokus dangkal untuk mengisolasi subjek dari latar belakang, atau fokus dalam untuk menyertakan lebih banyak elemen visual yang mendukung konteks cerita.

*Center framing* juga dapat menciptakan kesan ketegangan atau keterasingan, tergantung pada konteks cerita dan narasi visual yang ingin dibangun oleh sutradara dan tim sinematografi (Dancyger, 2011). Teknik ini sering diaplikasikan dalam berbagai genre film untuk memperkuat karakterisasi dan tema-tema utama dalam cerita.

### 2.3.6 Penyampaian Pesan dalam Film oleh Director of Photography

Birdwhistell (1970) menjelaskan bahwa komunikasi nonverbal memiliki kontribusi besar dalam menyampaikan makna emosional tanpa kata-kata. DOP

menjadi faktor utama dalam membentuk pesan-pesan nonverbal tersebut. Verbal dan Nonverbal film *Absence* mengedepankan pesan nonverbal yang disampaikan melalui pencahayaan, *blocking*, ekspresi wajah, dan simbol ruangan.

- **Pesan Eksplisit**
  - Disampaikan secara langsung dan jelas melalui dialog, narasi, atau visual yang mudah dimengerti
- **Pesan Implisit**
  - Disampaikan secara tersirat melalui simbol, ekspresi, *gesture*, *setting*, warna, atau sinematografi.
  - Dalam film *Absence*, *center framing* dan ruang kosong menyiratkan keterasingan tanpa harus diucapkan secara verbal.
- **Pesan Emosional**
  - Mengarah pada pengalaman
  - Batin seperti kesedihan, kesepian, kemarahan, atau cinta
  - Biasanya dibangun melalui *lighting*, musik, ekspresi wajah, atau ritme adegan
- **Pesan Rasional**
  - Disampaikan melalui logika atau alasan, misalnya konflik keluarga karena nilai yang berbeda.
- **Pesan Denotatif dan Konotatif (Semiotika)**
  - Denotatif: arti harfiah dari suatu simbol atau gambar (misal, ruangan gelap = tempat tidak ada cahaya).
  - Konotatif: makna simbolik dari gambar (ruangan gelap = kesepian, trauma, ketakutan).

Pesan dalam film dapat dibedakan menjadi dua kategori utama:

- **Pesan Verbal**
  - Dialog antar karakter
  - Narasi *voice-over*
  - Monolog internal
  - Tulisan dalam film (misal pesan teks atau surat)

- **Pesan Nonverbal**

- **Kisenik:** ekspresi wajah, bahasa tubuh
- **Proksemik:** jarak antar karakter di *frame* (misal:jauh = dingin secara emosional)
- **Visual framing:** *center framing* untuk mengisyaratkan keterasingan
- **Warna dan pencahayaan:** warna dingin untuk suasana murung, cahaya rendah untuk tekanan psikologis
- **Simbol visual:** cermin sebagai simbol refleksi diri atau dualitas, air sebagai simbol emosi
- **Blocking dan komposisi:** penempatan karakter dalam ruang untuk menyampaikan relasi sosial dan emosional

Menurut Birdwhistell (1970), lebih dari 65% makna dalam komunikasi disampaikan secara nonverbal.

*Director of Photography* berperan besar dalam membentuk pesan nonverbal melalui:

1. Komposisi visual
2. *Lighting*
3. *Depth of field*
4. *Color grading*
5. *Kamera movement*
6. *Center framing* (dalam kasus *Absence*)

### 2.3.7 Teori Relasi Kelompok Produksi Film

Teori Fisher (1970) menjelaskan bahwa kerja kelompok dalam produksi film terdiri atas fungsi dan afiliasi. Hubungan antara DOP, sutradara, dan *scriptwriter* dibangun melalui proses kolaborasi yang intens dan saling mempengaruhi. Peran ini menuntut komunikasi visual yang harmonis agar interpretasi tema dan naskah dapat tersampaikan optimal.

### 2.3.8 Teori Publikasi Film

Publikasi film memerlukan pendekatan komunikasi strategis agar pesan film menjangkau target audiens. Teori *Two-Step Flow* digunakan sebagai strategi distribusi, dimana media sosial, festival film, dan kanal digital menjadi penghubung antara pembuat film dan publik. Visual dari DOP harus disesuaikan agar tetap menarik di berbagai format distribusi.

## 2.4 Proses Produksi Film Pendek

- Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi

Proses Produksi Film merupakan serangkaian tahapan sistematis yang dilalui untuk menghasilkan sebuah karya audio-visual, mulai dari ide awal hingga film siap dipublikasikan. Menurut Rabiger (2020), produksi film terbagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

### 1) Pra-Produksi

Tahap ini mencakup segala bentuk perencanaan sebelum pengambilan gambar dilakukan. Aktivitas dalam pra-produksi meliputi pengembangan ide cerita, penulisan naskah, penyusunan anggaran, penentuan jadwal, casting talent, pemilihan lokasi, pembuatan storyboard, dan pembagian tugas antar departemen. Pra-produksi berfungsi memastikan semua kebutuhan produksi telah dipersiapkan sehingga proses syuting berjalan efektif dan efisien.

### 2) Produksi

Produksi adalah tahap pengambilan gambar sesuai naskah dan storyboard yang telah disusun. Pada fase ini, sutradara memimpin pengarahannya aktor, sinematografi, artistik, dan departemen teknis lainnya agar selaras dengan visi kreatif film. Produksi melibatkan koordinasi intensif antara kru seperti director of photography (DOP), penata suara, penata artistik, hingga asisten sutradara. Tantangan pada tahap ini biasanya berkaitan dengan kendala teknis, pengaturan waktu, dan kesinambungan visual antar adegan (*continuity*).

### 3) Pasca-Produksi

Pasca-produksi merupakan tahap pengolahan hasil rekaman menjadi film yang utuh dan siap ditonton. Aktivitas pada tahap ini mencakup editing gambar, penyusunan narasi visual, penambahan efek suara, koreksi warna, penyusunan musik, serta rendering final. Pada era digital, pasca-produksi juga melibatkan sound design, visual effect, dan color grading untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan visi sutradara. Tahap ini sangat menentukan kualitas akhir film karena menjadi ruang penyempurnaan baik dari sisi teknis maupun artistik.

Dengan memahami tiga tahapan tersebut, proses produksi film dapat dipandang sebagai sebuah sistem komunikasi kompleks yang melibatkan banyak aktor, pesan, dan medium untuk menghasilkan karya yang dapat diinterpretasikan audiens.

## 2.5 Sifat Pesan dalam Film

### 2.5.1 Pesan dalam Komunikasi

Pesan merupakan unsur utama dalam proses komunikasi. Menurut Mulyana (2005), pesan komunikasi dapat dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu pesan verbal, non-verbal dan paralinguistik. Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan bahasa kata-kata, baik lisan maupun tulisan yang disusun secara sistematis. Pesan non-verbal meliputi meliputi berbagai bentuk komunikasi tanpa kata-kata, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, jarak (proksemik), penampilan (artifaktual), maupun simbol visual lain. Selain itu, terdapat pesan paralinguistik atau parabahasa, yaitu aspek vokal dari ujaran yang tidak berkaitan langsung dengan kata-kata melainkan cara penyampaiannya, seperti intonasi, tekanan, nada suara, kecepatan berbicara, dan jeda.

Sementara itu, (DeVito, 2013) juga mengklasifikasikan pesan komunikasi ke dalam pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal mencakup bahasa yang digunakan secara eksplisit untuk menyampaikan makna sedangkan pesan non-verbal meliputi bagian saluran, seperti gerakan tubuh ekspresi wajah, sentuhan artefak, penggunaan ruang dan waktu, serta aspek vokal atau paralanguage. Dengan demikian, meskipun terdapat sedikit perbedaan dalam klasifikasi, baik Mulyana maupun DeVito sama-sama menegaskan bahwa pesan komunikasi tidak hanya terbatas pada bahasa kata-kata, tetapi juga mencakup aspek non-verbal dan paralinguistik yang mempengaruhi makna.

### 2.5.2 Pesan Verbal, Non-Verbal dan Paralinguistik

Klasifikasi pesan komunikasi sebagaimana diuraikan oleh Mulyana (2005) dan DeVito (2013) tidak hanya berlaku dalam interaksi sehari-hari, tetapi juga relevan untuk menganalisis komunikasi dalam film sebagai salah satu bentuk media massa. Film menyampaikan makna melalui kombinasi bahasa, gambar, dan suara yang saling melengkapi untuk membangun makna bagi penonton (Yanti & Fine, 2025).

#### 1) Pesan Verbal dalam Film

Pesan verbal dalam film diwujudkan melalui dialog antar tokoh, monolog, maupun narasi *Voice-over*. Dialog memiliki fungsi penting, tidak hanya untuk

menyampaikan informasi, tetapi juga membangun karakterisasi, mengungkap konflik, dan memperkuat alur cerita. Pada Film *Sabtu Bersama Bapak* menunjukkan bahwa aspek verbal menjadi sarana penting dalam mewujudkan kesopanan bahasa dan menegaskan hubungan antar tokoh. Dengan demikian, pesan verbal dalam film berperan sebagai medium eksplisit yang mengarahkan penonton terhadap pemahaman narasi (Yanti et al., 2025).

## **2) Pesan Non-Verbal dalam Film**

Pesan Non-Verbal mencakup ekspresi wajah, gerak tubuh (kinesik), jarak (proksemik), penampilan fisik, kostum, serta aspek visual lain yang tampak dalam *mise-en-scène*. Pesan ini kerap memberikan makna tambahan yang tidak diucapkan secara verbal, bahkan bisa menjadi pengganti dialog. Penggunaan gestur dan ekspresi tokoh tunarungu dalam film *Hadiah di Hari Minggu* menjadi medium utama dalam menyampaikan emosi (Jannah et al., 2025). Demikian pula, dalam film *Cahaya dari Timur Beta Maluku* yang banyak mengandalkan kinesik dalam menyampaikan makna budaya (Wally & Maisaroh, 2025). Ragam ekspresi fisik seperti kemarahan, kesedihan, atau kekaguman dalam film *Ketika Berhenti di Sini* berfungsi sebagai penanda psikologis yang memperkaya pemahaman penonton terhadap karakter (Pracintya et al., 2024).

## **3) Pesan Paralinguistik dalam Film**

Pesan Paralinguistik berkaitan dengan aspek vokal dalam komunikasi, seperti intonasi, tekanan suara, tempo, jeda dan kualitas vokal lainnya. Meskipun masih jarang diteliti dalam konteks film Indonesia, Pesan paralinguistik memiliki potensi besar dalam mempengaruhi emosi penonton. Intonasi yang berbeda pada kalimat yang sama dapat menghasilkan makna yang berlainan. Kualitas suara dalam film *Home Sweet Loan* tidak hanya mengiringi dialog, tetapi juga mempertegas emosi kolektif yang dibangun dalam cerita. Hal ini menunjukkan bahwa paralinguistik dapat menjadi elemen penting yang melengkapi pesan verbal dan nonverbal dalam film (Yanti & Fine, 2025).

Dengan demikian, pesan verbal, pesan non-verbal dan paralinguistik saling melengkapi dalam membentuk narasi, mengkonstruksi karakter, serta menyampaikan emosi kepada penonton. Kajian-kajian kontemporer juga menunjukkan bahwa non-

verbal seringkali dijadikan medium dominan, sementara paralinguistik mulai mendapat perhatian sebagai ruang analisis baru dalam kajian film.

## 2.6 Pesan *Fatherless* di dalam Film

Fenomena anak tanpa ayah merujuk pada situasi dimana seorang anak dibesarkan tanpa sosok ayah secara fisik dan emosional. Di Indonesia, masalah ini semakin tampak dengan meningkatnya angka perceraian, migrasi tenaga kerja, serta gaya hidup perkotaan yang memisahkan peran ayah dalam proses pengasuhan. Kehadiran ayah sangat penting dalam perkembangan karakter dan Kesehatan mental seorang anak (Ashari, 2018).

Kehilangan figur ayah tidak hanya mempengaruhi kondisi psikologis anak, tetapi juga berdampak pada keterampilan sosial mereka. Anak-anak yang mengalami kekurangan sosok ayah seringkali mengalami kesulitan dalam membangun rasa percaya diri dan hubungan interpersonal positif. Di Indonesia, topik ini masih kurang dikenal oleh masyarakat, sehingga kontribusi ayah dalam pengasuhan kerap kali diabaikan (Kurniawan, 2021).

### 2.6.1 Kritik Patriarki dalam Peran Ayah dalam Masyarakat

Dalam masyarakat patriarkal seperti di Indonesia, peran ayah sering kali diartikan hanya sebagai pencari nafkah, sementara peran mendidik dan pengasuhan lebih banyak dibebankan kepada ibu. Hal ini memunculkan fenomena “ayah hadir secara fisik tapi tidak secara emosional” yang turut menyumbang pada isu *fatherless* emosional. Norma-norma ini tercipta dan dipelihara oleh konstruksi sosial yang mempengaruhi pembagian peran gender dalam keluarga (Connell, 2005).

Film yang mengangkat isu *fatherless* dapat menjadi sumber pengetahuan baru bagi masyarakat serta kritik perilaku patriarki. Dengan menggambarkan tokoh anak yang kehilangan peran ayah, atau tokoh ayah yang tidak hadir secara emosional, film dapat menyoroti dampak negatif dari ketimpangan peran gender dalam keluarga serta pentingnya penggambaran peran ayah sebagai figur yang juga penuh empati dan keterlibatan emosional.

### 2.6.2 *Fatherless* dalam Representasi Film

Fenomena *fatherless* ketiadaan figur ayah dalam kehidupan anak telah menjadi tema yang sering diangkat dalam sinema global maupun Indonesia. Ketiadaan ini dapat

bersifat fisik, psikologis, atau emosional dan seringkali direpresentasikan melalui narasi karakter yang mengalami keterasingan, kehilangan arah atau krisis identitas.

Menurut Dasalinda & Karneli (2021), *fatherless* mengacu pada ketidakhadiran peran dan figur seorang ayah dalam kehidupan anak, yang dapat berupa ketidakhadiran secara fisik, psikologis dan emosional. Ketiadaan peran ayah ini dapat berdampak signifikan pada perkembangan anak, termasuk dalam aspek emosional dan sosial. Dalam konteks film, representasi *fatherless* seringkali diwujudkan melalui karakter yang mengalami konflik internal akibat kehilangan atau ketidakhadiran ayah. Misalnya, dalam film *Moonlight* (2016) dan *Manchester by the Sea* (2016), karakter utama digambarkan menghadapi trauma dan pencarian identitas yang mendalam akibat ketiadaan figur ayah.

Penelitian oleh Prismacintya & Rokib (2025) menunjukkan bahwa film dapat merepresentasikan berbagai fenomena sosial dalam kehidupan masyarakat, termasuk isu *fatherless*, melalui narasi dan karakter yang kompleks. Dalam analisis terhadap beberapa film Indonesia, mereka mengungkapkan bahwa ketiadaan figur ayah direfleksikan lewat konflik psikologis tokoh dan perkembangan emosi yang terbangun secara naratif. Dalam representasi visual, ketiadaan ayah sering kali disimbolkan melalui ruang kosong, bayangan atau elemen visual lainnya yang mencerminkan kekosongan dan kehilangan. Penggunaan metafora visual ini membantu penonton merasakan dampak emosional dari ketiadaan figur ayah dalam kehidupan karakter.

## 2.7 Review Karya Sejenis

### 2.7.1 Scandal Makers (2023)



#### • Sinematografi dalam Scandal Makers

Film *Scandal Makers* (2023) merupakan remake dari film Korea dengan judul yang sama, mengangkat tema hubungan keluarga yang tidak terduga. Film ini menggunakan pendekatan sinematografi yang lebih hangat dan dinamis untuk menggambarkan perubahan hubungan antara karakter utama.

Sebagai *Director of Photography*, Ipung Rachmat Syaiful menerapkan beberapa teknik sinematografi berikut:

#### 1. Pencahayaan Hangat untuk Menunjukkan Emosi Keluarga

Film ini menggunakan warna-warna hangat seperti kuning dan oranye untuk memberikan kesan kedekatan dan kehangatan dalam hubungan keluarga, meskipun terdapat konflik didalamnya,

#### 2. Komposisi Simetris dan *Center Framing* dalam Momen Penting

Penggunaan *center framing* dalam *Scandal Makers* lebih berfungsi untuk menunjukkan hubungan antar karakter. Dalam beberapa adegan, *center framing* digunakan untuk menampilkan dua karakter dalam satu bingkai, yang mencerminkan keterpaksaan hubungan di awal cerita sebelum akhirnya berkembang menjadi hubungan yang lebih harmonis.

#### 3. Kamera *Handheld* untuk Dinamika Emosional

Beberapa adegan menggunakan kamera *handheld* untuk menangkap interaksi spontan antara karakter, menciptakan kesan lebih natural dan realistis dalam konflik keluarga.

#### 4. Perubahan Visual untuk Menunjukkan Perjalan Emosi

Seiring berkembangnya hubungan antar karakter, pencahayaan dan komposisi dalam film juga mengalami perubahan, dari komposisi kaku dan simetris di awal film menuju *framing* lebih organik dan penuh kehangatan di bagian akhir.

- **Relevansi dengan Film Absence**

Dalam *Absence*, pendekatan visual dari *Scandal Makers* digunakan sebagai referensi dalam menggambarkan dinamika emosional antara ayah dan anak. Transisi pencahayaan dari dingin ke hangat juga menjadi inspirasi dalam menampilkan perjalanan hubungan karakter utama di film *Absence*. Selain itu, penggunaan *center framing* dalam adegan-adegan konflik keluarga menjadi bagian penting dalam penceritaan film.

#### 2.7.2 Sleep Call (2023)



- **Konsep Sinematografi dalam Sleep Call**

Film *Sleep Call* (2023). Disutradarai oleh Fajar Nugros, merupakan thriller psikologis yang mengangkat isu kesepian dan trauma melalui karakter utama yang terjebak dalam ilusi hubungan virtual. Sebagai *Director of Photography*, Batara Goempar memainkan peran krusial dalam menciptakan atmosfer kelam dan penuh tekanan melalui penggunaan cahaya, warna, dan *framing*.

#### 1. Pencahayaan *Low-Key* untuk meningkatkan Intensitas Psikologis

Dalam film ini, banyak adegan yang menggunakan pencahayaan redup (*low-key lighting*) dengan kontras tinggi. Teknik ini digunakan untuk menciptakan kesan misterius dan menggambarkan sisi psikologis karakter utama yang semakin terpuruk.

## 2. Pemanfaatan Warna untuk Representasi Emosi

Warna yang digunakan dalam *Sleep Call* didominasi oleh biru dingin dan merah pekat. yang melambangkan kesepian serta bahaya yang mengancam karakter utama. Kombinasi warna ini menjadi elemen penting dalam membangun suasana visual yang menekan,

## 3. Komposisi *Framing* untuk Menunjukkan Isolasi

Film ini menggunakan banyak komposisi *center framing* dalam adegan-adegan kunci, terutama ketika karakter utama merasa sendirian dan terjebak dalam pikirannya sendiri. Ruang negatif di sekitar karakter diperbesar untuk memperkuat efek keterasingan.

## 4. Pergerakan Kamera yang Terkontrol

Penggunaan *steady shot* dan *push-in* dalam beberapa adegan kunci memperkuat intensitas emosional, seolah-olah mengajak penonton masuk lebih dalam ke batin karakter utama.

- **Relevansi dengan Film *Absence***

Dalam *Absence*, teknik sinematografi yang digunakan dalam *Sleep Call* menjadi referensi dalam beberapa aspek, terutama dalam penggunaan *center framing* untuk menonjolkan perasaan keterasingan dan ketegangan psikologis. Selain itu, pemilihan pencahayaan dan warna juga diadaptasi untuk mencerminkan dinamika emosional dalam hubungan ayah dan anak dalam film *Absence*.