

BAB III

LANDASAN TEORI

1.1 Landasan Teori Penerapan Cinematography Showreel

Film *Na-Uli* menggunakan beberapa penerapan teknik *cinematography showreel*, seperti *Material, Timing, Style and Branding*, Kredibilitas. Membangun kesan romantis pada film *Na-Uli*. Penerapan teknik *cinematography showreel* merupakan salah satu alat yang paling ekspresif untuk para *filmmaker*. Dengan adanya penerapan teknik *cinematography showreel*, penulis dapat menciptakan alur suasana yang romantis melalui penerapan subjek yang masuk ke dalam *frame*. Membentuk perspektif penonton mengenai informasi naratif soal ruang dan waktu juga membangun suasana romantis, yang terdapat pada film *Nauli*.

Adanya penerapan teknik *cinematography showreel* mampu membuat *visualisasi* menjadi lebih dinamis, serta dapat mengarahkan fokus penonton pada subjek tertentu, lalu menciptakan visual yang lebih ekspresif dari tokoh tersebut dalam film *nauli*. Pengambilan *angle* kamera Tinggi dan sudut kamera, jarak ke subjek, dan komposisi kamera dan menangkap subjek akan terus berubah karena adanya Penerapan teknik *cinematography showreel*. Menurut Priestly (2012) dalam webnya yang berjudul “*How To Create An Outstanding Showreel*”. Adapun beberapa element yang terdapat pada video shworeel diantaranya:

1. Material



Gambar III.1.1 Pemandangan Kota Medan dari atas, Film *Na-Uli*

(Sumber : Jaka Prasetya, 2021)

Gambar di atas, penulis menjelaskan footage drone yang melihat situasi daerah Kota Medan. sebuah cuplikan-cuplikan dari beberapa karya, Material disini sangat erat kaitannya dengan hasil dari showreel. Salah satu agar terlihat sangat menarik adanya material yang ada. Material disini adalah sebuah cuplikan-cuplikan dari beberapa film *Na-Uli*. Menurut Priestly (2012) Material diharapkan terdapat juga beberpa footage yang akan membantu mempercantik *video showreel*.

2. *Timing*



Gambar III.2.2. Dua remaja yang sedang senang bicarakan tentang perasaan, Film *Na-Uli*

(Sumber : Jaka Prasetya, 2021)

Gambar di atas, penulis menjelaskan seorang remaja yang sedang bicara tentang tanah kelahirannya yaitu Danau Toba tersebut. Nampak mimik wajah anak remaja sunda yang sedang senang melihat gadis berasal dari Medan. Dan mereka melanjutkan dari pesan untuk berkomunikasi selanjutnya. Menurut Priestly (2012), Dalam *showreel* tentukan *timing* yang akan dipakai atau diterapkan. Hal ini mengingat *showreel timingnya* sangat cepat karena menghindari kan kebosanan. Karena idealnya *showreel* adalah 1 atau 2 menit, tergantung dari *frame* yang sudah ada.

3. Style and Branding



Gambar III.3.3 Seorang anak gadis yang sedang chattingan, Film *Na-Uli*

(Sumber : Jaka Prasetya, 2021)

Gambar di atas, penulis menjelaskan Seorang anak gadis yang sedang chattingan bersama pemuda yang berasal dari Bandung (Sunda) mereka melihatkan perasaan lagi senang karena berbeda Kota satu dari Medan dan satu nya lagi dari Bandung (Sunda). Menurut Priestly (2012), *Style and Branding* yang paling berharga karena dengan ini menemukan perbedaan dari *showreel* yang lain. Karena *style and branding* juga dapat ditentukan dari warna, *font* dan bahkan musik. Musik juga sangat berpengaruh untuk penyesuaian *style and branding* tersebut.

4. Kredibilitas



Gambar III.4.4. Pemuda yang sedang bertamu dirumah keluarga seorang gadis, Film *Na-Uli*

(Sumber : Jaka Prasetya, 2021)

Gambar di atas, penulis menjelaskan seorang anak muda yang berasal dari Bandung (Sunda) jauh-jauh bertamu untuk menjumpai keluarga besar seorang gadis yang berasal dari Medan, untuk mengetahui hal-hal penting yang tidak diketahui anak muda tersebut. Menurut Priestly (2012), *showreel* tetap hidup, dengan cara melibatkan beberapa elemen seperti diatas. Sehingga orang yang akan menonton tidak akan cepat merasa bosan. Karena ini adalah media yang paling menarik dari pada yang lainnya.