

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis membuat project Tugas Akhir ini telah menemukan kajian karya hasil penelitian terdahulu yang terdapat beberapa sebagai berikut :

Pertama, artikel dengan judul “Edukasi Pendidikan Seks Dengan Media Video Animasi Untuk Pencegahan Sexual Abuse Pada Anak Usia Sekolah” oleh (Tirtayanti, Apriyani, & Ristayani, 2022). Artikel ini membahas tentang kasus kekerasan seksual yang terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia, korban kekerasan seksual terhadap anak umumnya berada pada kelompok usia 5 hingga 11 tahun. Anak cenderung diancam oleh orang dewasa atau pelaku yang melakukan tindakan kekerasan seksual tersebut untuk tidak mengatakan apa yang dialaminya. Pemahaman anak terhadap pendidikan seksual merupakan salah satu upaya yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan mereka sekaligus mencegah terjadinya kekerasan seksual. Berdasarkan karya penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti et, al 2018) menunjukkan bahwa penyampaian pendidikan seksual melalui media visual, seperti gambar, terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa sekolah dasar mengenai topik tersebut. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian lain yang mengungkapkan bahwa penggunaan media video turut berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan anak mengenai seks bebas. Pendidikan seksual merupakan aspek yang krusial untuk ditanamkan kepada anak sejak usia dini. Sehingga hal tersebut dapat menurunkan resiko pelecehan seksual pada anak. Hal ini dapat dinyatakan bahwa hasil pengabdian yang dilakukan kepada siswa di SDN 5 Megang Sakti dengan usia 7-12 tahun menunjukkan bahwa penyampaian pendidikan seksual melalui metode audiovisual berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman anak usia sekolah mengenai kekerasan seksual. Penyampaian edukasi seksual melalui media audiovisual terbukti efektif dalam mencegah terjadinya kekerasan seksual pada anak usia sekolah serta meningkatkan pemahaman siswa terkait isu tersebut tentang Pendidikan seksual sehingga dapat terhindar dari berbagai bentuk kejadian kekerasan seksual.

Kedua, artikel dengan judul “Pengembangan Video Pendidikan Seksual sebagai Upaya Edukasi dalam Mencegah Pelecehan Seksual di Sekolah Dasar” oleh (Maudi, Halidjah, & Vilda, Pengembangan Video Pendidikan Seksual sebagai Upaya Edukasi dalam Mencegah Pelecehan Seksual di Sekolah Dasar, 2022). Artikel ini membahas tentang minimnya pengetahuan anak-anak mengenai pendidikan seksual, yang dimana dapat meningkatkan angka kekerasan seksual kepada anak. Dengan adanya pendidikan seksual yang diberikan sedari dini, hal tersebut dapat melindungi anak dari dampak negatif, hal tersebut juga dapat mengingatkan anak soal pentingnya melindungi diri dan rasa menghargai tubuhnya sendiri. Dalam hal ini, peran yang dimiliki oleh orang tua sangat penting untuk memperkenalkan pendidikan seksual pada anak, namun masih banyak orang tua yang beranggapan bahwa memberikan pendidikan seksual pada anak adalah hal yang tabu. Oleh karena itu, disini guru memiliki peran yang penting dalam mengenalkan pendidikan seksual sejak dini di lingkungan sekolah. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap murid kelas VI di SD Abdi Agape Pontianak Utara menunjukkan bahwa pemamaparan video edukasi pendidikan seksual yang berisi lima materi, memperoleh rata rata nilai 3,825 dengan kategori baik dan sangat valid. Aspek penilaian yang terdiri dari aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dalam penilaian meliputi: kesesuaian antara materi dengan penjelasan yang disampaikan dalam video, tingkat keterarikan materi, kejelasan dalam penentuan sasaran pengguna, kejelasan isi materi, keterpaduan serta kesinambungan antarbagian materi, kejelasan dan kecukupan contoh yang disajikan, kejelasan bahasa yang digunakan, serta kesesuaian penggunaan bahasa dengan karakteristik sasaran audiens menunjukkan bahwa rata-rata siswa SD Abdi Agape memahami isi dan kejelasan materi yang diberikan, dalam video edukasi yang diberikan juga memiliki contoh yang disertakan serta kesesuaian Bahasa yang mudah dimengerti dengan dipadupadankan materi yang menarik.

Ketiga, artikel yang berjudul “Pengenalan Seks Education Melalui Video Edukasi sebagai Cara Pencegahan Kekerasan Seksual pada Anak” adalah artikel yang diterbitkan dalam jurnal ABDIMAWA: Jurnal Pengabdian Sosial Humaniora Universitas Teknologi Sumbawa pada tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman anak-anak sekolah dasar tentang seks edukasi

sebagai cara mencegah kekerasan seksual. Karya ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang melibatkan metode wawancara, observasi, dan pelaksanaan sosialisasi melalui media video dan nyanyian. Di SDN XVI Sumbawa Besar, siswa kelas 4, 5, dan 6 melakukan kegiatan sosialisasi yang melibatkan pengenalan masalah, pembuatan materi, pelaksanaan sosialisasi, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam kesadaran anak-anak mengenai area tubuh pribadi yang seharusnya tidak disentuh oleh pihak lain. Menurut data setelah tes, sembilan puluh persen anak dapat menjawab pertanyaan dengan benar, dibandingkan dengan lebih dari tujuh puluh persen yang tidak dapat menjawab dengan benar pada tes sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi berhasil meningkatkan kesadaran anak-anak terhadap kemungkinan pelecehan seksual dan mengajarkan mereka untuk menolak jika orang dewasa mencoba menyentuh area pribadi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa pendidikan seks yang tepat dan berhasil sangat penting untuk mencegah kekerasan seksual pada anak.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Public Relations

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) adalah bentuk komunikasi strategis yang dilakukan untuk menciptakan serta menjaga hubungan positif antara suatu organisasi dan audiens atau publik yang menjadi sasarannya, memiliki peran penting dalam membentuk citra positif organisasi melalui berbagai strategi komunikasi yang efektif. Selain itu, *Public Relations* tidak hanya menitikberatkan pada komunikasi yang ditujukan ke pihak luar, tetapi juga meliputi pengelolaan komunikasi internal dalam organisasi untuk menciptakan pemahaman dan dukungan dari pemangku kepentingan. (Dr. Irene Silviani MSP, 2020) menegaskan bahwa *Public Relations* tidak hanya berdampak pada pemangku kepentingan eksternal, tetapi juga mempengaruhi manajemen internal dengan mencakup perencanaan, pelaksanaan program, serta pencapaian tujuan berupa pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publik yang berwujud opini atau citra positif terhadap perusahaan.

Public Relations dapat dipahami sebagai fungsi manajemen yang berorientasi pada penilaian sikap publik, penetapan kebijakan, serta pelaksanaan

program aksi yang bertujuan untuk mendapatkan penerimaan dari masyarakat. Dalam perkembangannya, *Public Relations* telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis dan kebijakan pemerintah dalam membangun relasi dengan masyarakat. Kehadiran dalam suatu organisasi memungkinkan adanya komunikasi yang lebih efektif dalam menangani krisis serta membentuk opini publik yang menguntungkan. (Radita Gora, S.Sos, MM, 2019) mengungkapkan bahwa di Indonesia peran *Public Relations* masih sering disalahartikan atau bahkan dianggap serupa dengan bagian pemasaran, yang menyebabkan banyak perusahaan tidak memiliki divisi *Public Relations* yang jelas dalam struktur organisasi mereka. Hal ini menyebabkan komunikasi perusahaan dengan publik tidak dapat dimaksimalkan secara strategis.

Berikut beberapa teori dan definisi *Public Relations* dari Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations (Ainur, 2022) dari berbagai pakar yang diambil dari referensi:

1. Cutlip, Center, & Broom, mengungkapkan bahwa *Public Relations* merupakan bagian dari fungsi manajerial yang bertujuan untuk membina serta menjaga hubungan yang harmonis dan komunikasi yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang menjadi sasarannya.
2. J. E. Grunig & Hunt, menyatakan "*Public Relations* merupakan suatu bentuk pengelolaan komunikasi antara organisasi dan publiknya dengan tujuan membangun pemahaman serta terciptanya kesalingpengertian."
3. Frank Jefkins, mendeskripsikan "*Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar organisasi, guna mencapai tujuan spesifik dalam membangun citra dan pemahaman yang baik."
4. Rex Harlow, menjelaskan bahwa "*Public Relations* adalah aktivitas manajerial yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang efektif, pemahaman, dan penerimaan."
5. Wilcox, Ault, & Agee, mengatakan "*Public Relations* adalah proses komunikasi yang terencana dalam suatu organisasi untuk Membangun relasi

positif dengan masyarakat atau audiens yang menjadi sasarannya dengan tujuan mendapatkan pengertian, simpati, serta dukungan publik."

Berdasarkan berbagai definisi dari para pakar, *Public Relations* dapat disimpulkan sebagai suatu fungsi manajemen yang berperan penting dalam menjalin serta menjaga hubungan positif antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang berlangsung secara efektif.

1. *Public Relations* sebagai Fungsi Manajerial

Public Relations bukan sekadar aktivitas komunikasi biasa, tetapi merupakan bagian dari manajemen organisasi yang memiliki peran strategis dalam membangun citra dan hubungan dengan publik. Cutlip, Center, & Broom (2009) serta Rex Harlow, menekankan *Public Relations* adalah salah satu aspek dalam manajemen yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan kualitas hubungan antara organisasi dan audiensnya. Ini berarti bahwa *Public Relations* harus direncanakan, dikelola, dan dievaluasi secara berkelanjutan agar dapat memberikan manfaat bagi organisasi dan publiknya.

2. *Public Relations* sebagai Pengelola Hubungan Publik

Dalam pandangan Grunig & Hunt, *Public Relations* bukan sekadar menyampaikan pesan organisasi kepada publik, tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan proses mendengarkan, memahami, dan memberikan tanggapan terhadap aspirasi serta kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini disebut sebagai komunikasi dua arah simetris, yang memungkinkan adanya interaksi dan keterlibatan aktif antara organisasi dan audiensnya. Misalnya, ketika sebuah perusahaan menghadapi krisis atau isu publik, tim *Public Relations* akan berperan dalam mengklarifikasi situasi, merespons kritik, dan memastikan bahwa kepentingan kedua belah pihak tetap terjaga. Dengan demikian, *Public Relations* bertindak sebagai penghubung yang memastikan organisasi tetap responsif dan adaptif terhadap perubahan dalam lingkungan eksternal.

Kepercayaan merupakan salah satu aset paling berharga bagi sebuah organisasi. Wilcox, Ault, & Agee, menekankan bahwa *Public Relations* bertanggung jawab untuk membangun kredibilitas melalui komunikasi yang transparan, konsisten, dan berbasis fakta. Ketika sebuah organisasi mampu menunjukkan komitmennya terhadap kejujuran dan keterbukaan, publik akan lebih

percaya dan loyal terhadapnya. Hal ini terlihat dalam berbagai inisiatif *Public Relations*, seperti program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), keterlibatan dalam kegiatan sosial, dan penggunaan media sosial untuk menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat.

Untuk menjalankan perannya secara efektif, *Public Relations* menggunakan berbagai strategi dalam mengelola hubungan publik, di antaranya:

- *Media Relations : Public Relations* menjalin kerja sama dengan media massa untuk memastikan bahwa berita atau informasi tentang organisasi dapat disampaikan dengan akurat dan positif. Melalui siaran pers, konferensi pers, dan wawancara, *Public Relations* dapat membentuk opini publik yang mendukung organisasi.
- *Crisis Communication* : Dalam situasi krisis, *Public Relations* memainkan peran penting dalam meredam dampak negatif dan mengembalikan kepercayaan publik. Strategi komunikasi krisis mencakup respons cepat, transparansi, serta penyampaian pesan yang tepat guna meminimalisir kesalahpahaman.
- *Community Engagement* : *Public Relations* berinteraksi dengan komunitas atau kelompok masyarakat melalui kegiatan sosial, kampanye kesadaran, dan program CSR. Dengan keterlibatan ini, organisasi dapat menunjukkan kepedulian sosial dan memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar.
- *Digital Public Relations* : Di era digital, *Public Relations* memanfaatkan platform media sosial, blog, dan website untuk berkomunikasi dengan publik secara lebih interaktif dan real-time. *Digital Public Relations* memungkinkan organisasi menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun engagement yang lebih tinggi.

2.2.2 Edukasi

Menurut (Heri Gunawan, 2021) dalam bukunya yang berjudul “Pendidikan Karakter, Konsep dan Implementasi”, edukasi merupakan segala keadaan, hal, insiden, peristiwa, atau perihal suatu proses berubahnya sikap juga tata laku seseorang ataupun sekelompok orang dalam upaya pendewasaan diri melalui sistem pembelajaran dan pelatihan. Edukasi memiliki tujuan untuk memberikan manfaat kepada sasarannya, yaitu :

- a. Memperluas wawasan dan pemahaman pengetahuan.
- b. Meningkatkan kualitas dan kedewasaan kepribadian
- c. Membentuk serta menanamkan nilai-nilai positif dalam diri
- d. Melatih kemampuan diri untuk mengembangkan potensi dan bakat yang dimiliki

Menurut Decsa (2021), pendidikan atau edukasi merupakan suatu proses yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku individu maupun kelompok guna mematangkan manusia melalui berbagai situasi, pengalaman, serta upaya pendidikan dan pelatihan. Edukasi merupakan kebutuhan sepanjang hayat, yang perlu diberikan sejak individu mulai mampu memahami sesuatu hingga akhir kehidupannya, karena seluruh aspek dalam kehidupan sehari-hari senantiasa memerlukan unsur edukatif.

Sasaran yang menerima edukasi menurut Mubarak (2017) ada tiga, diantaranya :

1. Edukasi individu merupakan bentuk pendidikan yang ditujukan secara khusus kepada perorangan.
2. Edukasi kelompok adalah jenis pendidikan yang menyasar sekelompok orang sebagai penerima materi.
3. Edukasi masyarakat merujuk pada proses pemberian pendidikan yang diperuntukkan bagi komunitas atau masyarakat luas sebagai sasaran utama.

Metode yang digunakan dalam proses edukasi atau pembelajaran, baik dalam konteks pendidikan kesehatan maupun promosi kesehatan, memiliki kemiripan. Pengelompokan metode tersebut didasarkan pada teknik komunikasi, pendekatan terhadap sasaran yang ingin dicapai, serta alat indera yang digunakan sebagai media penerima informasi, sebagaimana dijelaskan berikut ini (Triana Indrayani, S. ST. & Prof. Dr. dr. Muhammad Syafar, 2020):

1. Berdasarkan Teknik Komunikasi

- a. Metode Penyuluhan Langsung

Metode ini dilakukan dengan cara penyuluh menyampaikan materi secara langsung melalui pertemuan tatap muka dengan sasaran. Contohnya

meliputi kunjungan dari rumah ke rumah, diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion), pertemuan di balai desa atau kelurahan, serta kegiatan di puskesmas maupun posyandu. Dalam Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode penyuluhan langsung kepada siswa, hal itu bertujuan supaya materi video edukasi yang disampaikan dapat langsung dipahami oleh anak-anak, serta ada komunikasi langsung antara penulis dengan anak-anak.

b. Metode Penyuluhan Tidak Langsung

Dalam metode ini, penyuluh tidak berinteraksi secara langsung atau tatap muka dengan sasaran, melainkan menyampaikan pesan melalui media sebagai perantara komunikasi.

2. Berdasarkan Pendekatan dari Jumlah Sasaran yang Dicapai

a. Pendekatan Perorangan

Metode ini memungkinkan edukator berinteraksi dengan sasaran individu secara langsung atau tidak langsung, seperti melalui kunjungan rumah, percakapan via telepon, dan lain sebagainya.

b. Pendekatan Kelompok

Metode ini melibatkan interaksi antara edukator dan kelompok sasaran. Bentuk konsultasi yang termasuk dalam kategori ini antara lain diskusi kelompok, demonstrasi, serta pertemuan melalui Focus Group Discussion (FGD).

c. Pendekatan Masal

Penyampaian informasi oleh edukator dilakukan kepada banyak individu secara bersamaan. Contoh metode dalam kategori ini meliputi pertunjukan kesenian, kegiatan sosialisasi dalam forum umum, pemutaran video atau film, serta penyebaran bahan cetak seperti brosur dan pamflet.

2.2.3 Media Edukasi

Hamzah Pagarra (2022) menyatakan bahwa media edukasi adalah sarana atau alat bantu yang digunakan oleh pendidik untuk memfasilitasi penyampaian materi pembelajaran kepada peserta didik secara efisien dan sesuai tujuan. Kemp dan Dayton (1986), mengungkapkan bahwa media berperan sebagai sarana dalam

proses komunikasi yang berfungsi untuk mentransfer pesan dari pihak pengirim (sender) kepada penerima informasi (receiver). Konsep media pembelajaran harus mengandung dua unsur yakni software dan hardware. Software dalam media pembelajaran adalah informasi atau pesan yang terkandung dalam media pembelajaran merujuk pada alat bantu dalam proses pembelajaran, sementara perangkat keras (hardware) merupakan alat fisik yang digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi atau pesan.

Oleh karena itu, penting untuk membedakan antara media pembelajaran, alat peraga, dan alat bantu pembelajaran. Menurut Sujana (1990), alat peraga merupakan sarana yang digunakan oleh guru untuk memperjelas penyampaian materi kepada siswa guna menghindari kecenderungan verbalisme. Sementara itu, Hamalik (1994) menyatakan bahwa alat bantu belajar adalah segala bentuk alat yang dapat dimanfaatkan untuk membantu siswa dalam menjalankan aktivitas belajar, sehingga proses pembelajaran dapat berlangsung lebih efisien dan efektif. Menurut Sudjana dan Rivai (2002:2), media edukasi memiliki sejumlah manfaat dalam mendukung proses pembelajaran siswa, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Proses pembelajaran menjadi lebih mampu menarik minat dan fokus siswa.
- b. Materi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan dimaknai oleh peserta didik.
- c. Pendekatan pengajaran menjadi lebih beragam dan tidak monoton.
- d. Siswa memiliki kesempatan lebih luas untuk terlibat aktif dalam kegiatan pembelajaran

Secara ringkas, Azhar (2011: 44–45) mengklasifikasikan media edukasi ke dalam beberapa kategori, yaitu:

1. Media visual merupakan jenis media yang mengutamakan indera penglihatan, seperti buku cetak, jurnal, peta, gambar, dan sejenisnya.
2. Media audio adalah media yang hanya mengandalkan indera pendengaran, contohnya seperti radio dan alat perekam suara (tape recorder).
3. Media audio-visual mencakup media yang memadukan unsur suara dan gambar, seperti film, video, dan program televisi.

4. Multimedia adalah media pembelajaran yang menggabungkan berbagai jenis media dan perangkat secara terpadu dalam suatu proses pembelajaran

2.2.4 Videografi

Menurut KBBI video adalah transmisi elektronik yang bersumber dari gambar-gambar yang bergerak. Teknologi dari video dapat menangkap, memproses, menyimpan, mentransfer dan membuat urutan melalui gambar elektronik sebagai wujud transfer data yang berupa gambar elektronik. Menurut buku "Jurnalistik Sinematografi" yang ditulis oleh Rusman Latief (2021) videografi adalah perpaduan antara seni dan teknologi dari fotografi gambar yang bergerak (*motion picture photography*). Secara umum, videografi merupakan media yang dimanfaatkan untuk mendokumentasikan momen, peristiwa, atau kejadian ke dalam bentuk visual yang disertai dengan suara atau dalam format video.

Pengambilan video dalam videografi harus memperhatikan teknik dengan benar agar tercipta sebuah karya video yang baik harus memiliki kualitas yang memadai dan dapat diapresiasi oleh berbagai kalangan. Dalam dunia videografi, pemahaman mengenai jenis kamera, tipe lensa, serta cara kerjanya merupakan elemen penting dalam proses produksi video. Teknik pengambilan gambar dalam videografi mencakup:

1. Teknik Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar adalah unit yang paling kecil di dalam struktur film yang dapat mengandung pesan yang dapat diamati secara mandiri. Dalam pengambilan gambar atau *shot*, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas dari gambar yang diambil, seperti aspek manusia, aspek ruang, aspek waktu, dan aspek peristiwa.

2. Teknik *Zoom* atau Perbesar Gambar

Zoom merupakan teknik untuk memperbesar tampilan objek menggunakan fitur bawaan pada kamera, perangkat lunak, atau aplikasi tertentu. Untuk mendapatkan kualitas gambar yang diinginkan penggunaan teknik *zoom* harus sesuai dengan kebutuhan. Penggunaan *zoom* yang berlebihan akan membuat video yang dihasilkan dengan teknik yang kurang tepat dapat terlihat tidak profesional dan justru membingungkan penonton, bahkan menimbulkan rasa tidak nyaman saat

menontonnya. Oleh karena itu, teknik zoom sebaiknya dilakukan secara perlahan dan dengan gerakan yang stabil agar tidak merusak kualitas gambar yang diambil.

3. Teknik *Frame* dan Subjek Gambar

Teknik pengambilan subjek gambar harus disesuaikan dengan *frame* yang ada agar tercipta kesan yang menarik dan menyatu dengan sempurna. Sebagai ilustrasi, apabila subjek yang direkam berada di sebuah taman, maka komposisi pengambilan gambar sebaiknya juga mencakup area taman tersebut, karena taman berfungsi sebagai latar sekaligus bagian dari elemen visual utama. Jika pengambilan gambar terlalu terpusat pada subjek saja, video dapat terlihat monoton dan penonton tidak memiliki kesempatan untuk mengapresiasi keindahan lingkungan taman yang menjadi latarnya.

4. Teknik Pengambilan *Angle*

Penggunaan teknik pengambilan gambar dari sudut (*angle*) yang bervariasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan footage tambahan, terutama ketika gambar tidak dapat ditambahkan pada tahap penyuntingan. Untuk memperoleh hasil visual yang optimal, proses pengambilan video perlu mempertimbangkan sudut pandang secara vertikal, baik dari arah atas maupun bawah. Pengambilan gambar dari berbagai sudut pandang dapat menghasilkan visual yang lebih menarik serta memberikan penekanan detail yang lebih kuat pada subjek tertentu, berikut adalah macam-macam *angle*:

- *Bird Eye View*

Teknik *Bird Eye View* dilakukan dengan menempatkan kamera di atas objek, sehingga menghasilkan sudut pandang dari atas yang menyeluruh terhadap area yang direkam. Digunakan untuk menarik perhatian *audience* dan bertujuan untuk memberikan kesan sedih dari objek yang ditampilkan.

- *High Angle View*

High Angle adalah sudut pandang pengambilan gambar yang lebih rendah dibandingkan *bird angle view*. Teknik pengambilan gambar ini digunakan agar objek terlihat lemah dan tak berdaya serta memunculkan kesan iba bagi siapa saja yang menonton *scene* tersebut.

- *Low Angle View*

Low angle adalah teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk membuat objek terkesan besar dan dominan didalam *frame* tersebut.

- *Frog Eye View*

Frog eye view merupakan *angle* dengan variasi yang berbeda dari *angle shoot* yang lainnya, pengambilan gambar ini dilakukan dengan meletakkan kamera dengan objek secara sejajar untuk mendapatkan kesan dramatis.