Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/ijmst
Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 23-31
P-ISSN: 2986-6790, e-ISSN: 2986-6782

Penerapan Teknik Camera Angle dan Shot Size dalam Menghasilkan Foto Human Interest di Pasar Induk Wonosobo

Khaila Nur Zahwa, Moh. Amin
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Komunikasi dan Sosial Politik, Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ), Jawa Tengah di Wonosobo
khailazahwa15@gmail.com, mohaminfksp@gmail.com*

Abstrak

Fotografi human interest merupakan bentuk komunikasi visual yang menampilkan kehidupan manusia melalui aktivitas, ekspresi, dan interaksi sosial. Pasar Induk Wonosobo menjadi ruang sosial yang menarik untuk dikaji karena mempertemukan berbagai aktivitas ekonomi dan interaksi manusia. Pedagang melayani pembeli, buruh angkut memindahkan barang, dan pekerja pasar menjalankan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di balik rutinitas tersebut terdapat cerita tentang kerja keras, kelelahan, relasi sosial, dan perjuangan hidup yang dapat disampaikan melalui foto. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penerapan teknik camera angle dan shot size dalam menghasilkan foto human interest di Pasar Induk Wonosobo serta menjelaskan peran kedua teknik tersebut dalam mendukung penyampaian pesan visual. Penelitian menggunakan metode lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka, serta wawancara dan kuesioner tanggapan pengamat terhadap foto. Analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan sudut kamera dan ukuran gambar memengaruhi cara subjek serta lingkungan pasar ditampilkan. Kombinasi eye level dan medium shot dinilai mampu menghadirkan informasi relatif seimbang mengenai ekspresi, aktivitas, dan suasana sekitar. Eye level dan close-up lebih menekankan ekspresi wajah, sedangkan high angle dan long shot memberi ruang lebih luas bagi lingkungan dan aktivitas subjek. Foto-foto merekam aktivitas pedagang, pembeli, buruh angkut, serta pekerja pasar lainnya. Aktivitas tersebut memunculkan interpretasi tentang kerja keras, kelelahan, interaksi sosial, dan perjuangan memenuhi kebutuhan hidup. Penelitian menunjukkan bahwa camera angle dan shot size bukan hanya keputusan teknis, tetapi juga membantu membangun cerita visual dalam fotografi human interest.

Kata kunci: Camera Angle, Shot Size, Fotografi Human Interest, Komunikasi Visual, Pasar Induk Wonosobo.

Abstract

Human-interest photography is a form of visual communication that presents human life through activities, expressions, and social interactions. The Wonosobo Central Market is an interesting social space to study because it brings together various economic activities and human interactions. Vendors serve customers, porters move goods, and market workers go about their daily routines to meet their basic needs. Behind these routines lie stories of hard work, exhaustion, social relationships, and the struggles of life stories that can be conveyed through photographs. This study describes the application of camera angle and shot size in producing human-interest photographs at Wonosobo Central Market and examines how these techniques support visual message delivery. The research employed field research with a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, photographic documentation, literature review, interviews, and questionnaire responses from viewers. Data analysis involved data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that camera angle and shot size influence how subjects and the market environment are represented. Eye level combined with medium shot provides relatively balanced information about expressions, activities, and surroundings. Eye level with close-up emphasizes facial expressions, while high angle with long shot presents more of the environment and the subject's activity. The photographs document vendors, buyers, porters, and other market workers. Viewers interpreted these scenes through themes of hard work, fatigue, social interaction, and efforts to meet daily needs. The study suggests that camera angle and shot size contribute to visual storytelling in human-interest photography.

Keywords: Camera Angle, Shot Size, Human-Interest Photography, Visual Communication, Wonosobo Central Market.

1. Pendahuluan

Lewat sebuah gambar Fotografi adalah salah satu cara komunikasi visual yang bisa menyampaikan informasi, pesan, dan menggambarkan kenyataan kehidupan sosial. Di era teknologi sekarang, fotografi tidak hanya

berfungsi untuk mendokumentasikan, tetapi juga menjadi cara untuk menyampaikan keindahan dan perasaan kepada masyarakat. Salah satu jenis fotografi yang bisa menunjukkan sisi kehidupan manusia dengan sangat mendalam adalah fotografi *human interest*. Foto *human interest* menyoroti kegiatan, ekspresi, dan keadaan manusia yang bisa menarik perhatian, menimbulkan rasa empati, serta mengundang reaksi emosional dari orang yang melihatnya. Tujuan utamanya adalah membangkitkan rasa simpati pada penonton agar mereka tergerak untuk melakukan tindakan bantuan terhadap subjek yang difoto. *Human Interest* merupakan fitur dalam journalism fotografi. Bagian ini menjadi sisipan dan tidak untuk berita utama. Kategori *human interest* sering membahas kehidupan orang atau masyarakat umum yang tidak banyak dibahas.

Teknik sudut kamera dan ukuran *shot* sangat penting dalam fotografi karena keduanya membantu menentukan cara kita melihat, menyusun gambar, serta pesan visual yang ingin disampaikan. Pemilihan sudut kamera bisa memberikan kesan khusus, seperti kekuatan, kedekatan, atau suasana emosional pada objek yang difoto. Sementara itu, ukuran tembakan berfungsi untuk menunjukkan detail objek dan lingkungannya, sehingga bisa membangun cerita visual yang lebih kuat. Namun, diluar teknik pengambilan gambar, foto *human interest* umunya didokumentasikan oleh fotografer setelah memahami serta mengenal karakter objek dengan melakukan komunikasi antar pribadi secara langsung.

Penelitian ini memilih Pasar Induk Wonosobo sebagai objek utama. Menariknya, Pasar Induk Wonosobo juga salah satu tempat yang memiliki berbagai aktivitas sosial yang hidup dan beragam. Berbagai kegiatan pedagang, pembeli, buruh angkut, serta interaksi sosial yang terjadi di dalamnya merupakan peluang menarik untuk dijadikan objek fotografi tentang kehidupan manusia. Kehidupan masyarakat di pasar yang kaya akan ekspresi, kerja keras, dan interaksi sosial dapat memberikan nilai emosional dan cerita yang mendalam dalam sebuah karya fotografi.



Gambar 1 Pasar Induk Wonosobo, teknik *frog eye view* & *extreme long shot*.

Menurut sebuah karya tulis oleh Lydia Sri Rosdiana dan Maya Purnama Sari yang berjudul "Analisis Semiotika Fotografi Human Interest, Karya Suhendro Winarso" menyatakan bahwa karya fotografi *human interest* yang diangkat oleh Suhendro Winarso menceritakan kehidupan sehari-hari masyarakat Blitar lewat karya fotonya. Selain itu, ftografi *human interest* juga memiliki berbagai macam ekspresi yang menidupkan sebuah karya fotografi serta memiliki cerita yang terdapat dalam setiap karya fotografi *human interest*.

Dalam studi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan visual yang bertema *human interest* melalui foto yang diambil oleh penulis, dengan menggunakan teknik pengambilan gambar berupa *camera angle* dan *shot size.* Objek yang diambil berfokus pada aktivitas Pasar Induk Wonosobo, karena sebuah pasar memiliki banyak cerita dari berbagai sudut pandang, yang bisa peniliti ambil melalui bidikan gambar salah satunya *human interest.* Seperti permasahan yang akan diteliti adalah bagaimana teknik *camera angle* dalam menghasilkan foto *human*

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

interest di Pasar Induk Wonosobo?, bagaimana teknik *shot size* dalam menghasilkan foto *human interest* di Pasar Induk Wonosobo?, dan bagaimana teknik *camera angle* dan *shot size* dapat mendukung penyampaian pesan visual dalam fotografi *human interest* di Pasar Induk Wonosobo?

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Fokus penelitian adalah proses pengambilan foto *human interest* di Pasar Induk Wonosobo, penerapan *camera angle* dan *shot size*, serta hubungan teknik tersebut dengan pesan visual yang ditangkap pengamat. Data dikumpulkan melalui observasi suasana pasar, dokumentasi foto yang diambil peneliti, studi pustaka, serta wawancara dan kuesioner yang meminta pengamat memberikan pandangan terhadap foto. Dalam proses pemotretan, peneliti mengamati kondisi pasar, memilih subjek, mengambil gambar secara candid, dan pada kondisi tertentu meminta izin kepada subjek. Peneliti mencoba beberapa sudut kamera dan ukuran gambar dengan memperhatikan situasi lapangan.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, merupakan sumber data pendukung dari data utama yang berasal dari literatur lain. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan buku-buku, karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian dan beberapa situs internet yang mendukung penelitian.

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Tanggapan pengamat ditelaah untuk mengidentifikasi tema seperti empati terhadap subjek, pemaknaan aktivitas kerja, dan perhatian terhadap hubungan antara subjek dengan lingkungan pasar.

3. Kerangka Teori

Fotografi adalah sebuah seni dan metode dalam menciptakan gambar melalui cara menangkap cahaya di media yang sensitif terhadap cahaya atau pada sensor digital. Selain menjadi alat untuk mendokumentasikan, fotografi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang dapat menyampaikan informasi, perasaan, dan arti kepada publik. Menurut I Komang Sudarma, fotografi berfungsi sebagai sarana komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain. Selain itu, fotografi diposisikan sebagai alat dokumentasi untuk mengabadikan momen penting agar tidak dilupakan oleh waktu. Dalam dunia fotografi, setiap unsur visual berperan dalam pembentukan makna yang bisa dipahami oleh penonton.

Fotografi *human interest* adalah pengambilan gambar yang mengutamakan subjek manusia untuk dijadikan objek. Dalam aliran ini, fotografer dapat menggunakan rasa dan emosional yang kemudian divisualkan melalui kamera secara menarik. Ciri teori ini adalah dilakukan secara natural, serta menimbulkan rasa empati dan simpati. Selain itu, fotografi ini menggunakan manusia sebagai objek utama.

Teknik *Camera Angle* dalam fotografi sering disebutkan sebagai teknik sudut pandang. Pemilihan sudut pandang kamera bertujuan untuk menghasilkan foto yang memiliki rasa disetiap orang yang melihatnya. Teknik *camera angle* mencangkup beberapa jenis, yaitu: *eye level, high angle, low angle, bird's eye level,* dan *frog eye level.* Teknik *Shot Size* menggunakan teori *Type of Shot* dalam fotografi. Teori ini sering disebut dengan *shot size* yang berati ukuran pembingkaian subjek menentukan seberapa besar kecilnya porsi objek yang masuk ke dalam *frame* relatif terhadap *background-nya.* Teknik *shot size* mencangkup beberapa jenis, yaitu: *extreme long shot, long shot, medium shot, close-up, exreme close-up.*

4. Hasil dan Pembahasan

Foto human interest bukan hanya untuk mengabadikan gambar, tetapi juga bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, menunjukkan keadaan sosial yang ada, serta membuat orang lain merasa bersimpati dan memiliki perasaan yang sama. Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Induk Wonosobo, penggunaan teknik sudut kamera dan ukuran gambar dalam foto sangat berpengaruh dalam menciptakan gambar yang menarik perhatian orang. Kedua teknik itu membantu peneliti memilih sudut pandang dan ukuran objek yang akan muncul dalam bingkai foto. Menggunakan teknik yang sesuai bisa membuat cerita visual lebih kuat, memudahkan pemahaman tentang tindakan orang dalam gambar, serta memberi informasi mengenai cara hidup dan interaksi masyarakat pasar.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Penerapan *camera angle* dalam penelitian ini meliputi *eye level, high angle, low angle, bird's eye view*, dan *frog's eye view*.

1) *Eye Level*



Gambar 2 teknik *eye level*.

Eye level menempatkan kamera sejajar dengan mata subjek sehingga menghadirkan sudut pandang yang terasa wajar dan dekat dengan pengamatan sehari-hari. Teknik ini sesuai untuk memperlihatkan ekspresi serta interaksi.

2) *High Angle*



Gambar 3 teknik *high angle*.

High angle menampilkan subjek dari posisi kamera yang lebih tinggi dan dapat memperlihatkan hubungan subjek dengan ruang di sekitarnya.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3) *Low Angle*



Gambar 4 teknik *low angle.*

4) *Bird Eye View*



Gambar 5 teknik *bird's eye view.*

5) *Frog Eye View.*



Gambar 6 teknik *frog eye view.*

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Low angle, bird's eye view, dan *frog's eye view* menjadi alternatif sudut pandang untuk menampilkan subjek maupun lingkungan secara berbeda sesuai kondisi pemotretan. Penerapan *shot size* mencakup *extreme long shot, long shot, medium shot, close-up, dan extreme close-up*.

1) Extreme Long Shot



Gambar 7 *extreme long shot*.

Extreme long shot menekankan lingkungan dan suasana pasar.

2) *Long Shot*



Gambar 8 teknik *long shot.*

Long shot memperlihatkan tubuh subjek beserta konteks tempatnya.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3) *Medium Shot*



Gambar 9 teknik *medium shot.*

Medium shot menyeimbangkan tampilan ekspresi, gestur, dan aktivitas.

4) *Close-Up*



Gambar 10 teknik *close up.*

Close-up menekankan detail tertentu, terutama ekspresi wajah, sedangkan *extreme close-up* memusatkan perhatian pada bagian yang sangat spesifik. Pemilihan ukuran bingkai menentukan informasi yang paling mudah diamati penonton.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

5) *Extreme Close-Up*



Gambar 11 teknik *extreme close-up.*

Foto-foto penelitian menampilkan pedagang yang melayani pembeli, pembeli yang bertransaksi, buruh angkut yang membawa barang, pekerja yang beristirahat, serta pedagang yang berusaha memenuhi kebutuhan hidup. Aktivitas tersebut menjadi unsur human interest karena memperlihatkan manusia dalam situasi sehari-hari, dengan pekerjaan, tanggung jawab, dan pengalaman hidup.

Tanggapan pengamat memperlihatkan bahwa kombinasi teknik membentuk penekanan cerita yang berbeda. *Eye level* dan *medium shot* cukup sering dibicarakan karena pengamat dapat menangkap ekspresi subjek, kegiatan, serta suasana tempat secara bersamaan. *Eye level* dan *close-up* lebih menonjolkan ekspresi wajah, sementara informasi aktivitas dan lingkungan menjadi lebih terbatas. *High angle* dan *long shot* memungkinkan pengamat melihat subjek beserta lingkungan dan kegiatan yang berlangsung, meskipun kejelasan ekspresi bergantung pada jarak dan posisi pemotretan.

> *"Pokokmen kui ana nenek² melas bgt walaupun dia ws sepuh dia tetep harus bekerja. Wadon mnh. Pdhl nk perempuan kn biasane tdk bekerja. Tpi dia rela bekerja dengan paruh waktu sebagai kuli panggul perempuan demi menyambung kehidupan keluarganya. Tpi ibu² ee kelelahen banget akhire ibue memutuskan ngo istirahat sejenak. Dia rela turu ng kursi yg sangat atos itu dengan tanggan yg berubah menjadi bantal. Pokokmen ibu² kuii pengin istirahat walaupun ditempat yg bagi kita kurang nyaman, soale lantene kotor hehe. Penuh tumpukan jajan disamping² ee kan melas ya. Tapi bagi ibu itu, itu udh tempat yg sangat nyaman mungkin..., seng penting bisa ngo njagong turu istirahat. ibu itu rela beristirahat disitu demi memulihkan tenaganya kembali untuk memikul kehidupan selanjutnya... Sekian"*
>
> (Wawancara pengamat Lutfi Fauziyyah, S.M. pada Kamis, 15 Oktober 2026)
>
> Terjemah: "intinya itu ada nenek-nenek kasian banget,walaupun dia sudah sepuh tapi tetep harus bekerja. Perempuan lagi, padahal kalau perempuan kan biasanya tidak bekerja. Tapi dia rela bekerja dengan paruh waktu sebagai burung angkut perempuan demi membiayai keluarganya. Tapi ibu-ibunya kelelahan dan memutuskan untuk istirahat sejenak. Dia rela tidur di kursi yang keras itu dengan tangan yang digunakan untuk bantalan. Intinya ibu itu pengen istirahat walaupun ditempat yang kita pikir kurang nyaman, karena lantainya sangat kotor. Penuh tumpukan jajan-jajan disampingnya kan kasian yaa. Tapi mungkin menurut ibunya tempat itu sudah sangat nyaman untuk istirahat demi memulihkan tenaganya untuk memikul kembali kehidupan selanjutnya."

Beberapa pengamat menyampaikan rasa kasihan, empati, atau penghargaan terhadap pedagang lanjut usia dan buruh angkut. Sebagian mengaitkan foto dengan kelelahan, perjuangan mencari nafkah, dan tanggung jawab terhadap keluarga. Respons ini menunjukkan bahwa cerita human interest tidak hanya ditentukan oleh objek

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang dipotret, tetapi juga oleh cara subjek dan konteks visual ditampilkan. Interpretasi pengamat tetap bersifat subjektif dan tidak dapat dianggap sama pada setiap orang.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa *camera angle* dan *shot size* saling melengkapi dalam membangun pesan visual. Sudut kamera menentukan cara pengamat memandang subjek, sedangkan ukuran gambar mengatur keseimbangan antara ekspresi manusia dan informasi lingkungan. Penggunaan teknik yang sesuai dapat membantu foto menyampaikan konteks aktivitas dan unsur 5W+1H secara lebih jelas. Keterampilan teknis perlu disertai kepekaan terhadap momen, kondisi subjek, dan etika pemotretan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pemilihan sudut kamera dan ukuran gambar sangat berpengaruh terhadap daya tarik visual foto. Kedua teknik tersebut membantu menentukan sudut pandang terhadap subjek sekaligus mengatur seberapa besar objek ditampilkan dalam bingkai, sehingga cerita visual menjadi lebih kuat dan lebih mudah dipahami oleh pengamat. Selain itu, dengan memperhatikan penggunaan teknik *camera angle* dan *shot size*, makna dari hasil foto yang diambil juga akan berbeda. Seperti penggunaan ukuran bingkai yang berbeda, maka beda juga makna yang didapatkan dari pengamat. *Camera angle* dan *shot size* berperan dalam menghasilkan foto *human interest* di Pasar Induk Wonosobo. Kedua teknik membantu fotografer menentukan sudut pandang serta proporsi subjek dan lingkungan yang ditampilkan. *Eye level* dan *medium shot* cenderung memberi informasi seimbang mengenai ekspresi, aktivitas, dan suasana, sedangkan *eye level* dan *close-up* lebih menekankan ekspresi wajah. *High angle* dan *long shot* memberikan konteks ruang yang lebih luas, dengan keterbacaan ekspresi bergantung pada posisi pemotretan. Foto-foto yang dihasilkan merekam kehidupan pedagang, pembeli, buruh angkut, dan pekerja pasar lainnya. Melalui ekspresi, gestur, dan konteks aktivitas, foto memunculkan cerita tentang kerja keras, kelelahan, interaksi sosial, serta perjuangan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, *camera angle* dan *shot size* bukan sekadar pilihan teknis, melainkan unsur yang mendukung pembentukan cerita visual dan pemaknaan *human interest*.

Referensi

1. Achmad Sulaiman Alfarisy Dan R. Hiru Muhammad, "*Analisis Teknik Pengambilan Gambar Pada Program Podcast Tv Show Di Tvmu*", 2, No. 1 (2024).
2. Anggi Talisa Permatasari Siahaan Dkk., "*Penerapan Teknik Pengambilan Gambar Pada Produksi Video Feature 'Tangan Kecil, Pena Besar*,'" Sewagati: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia 4, No. 2 (2025).
3. Ciri-Ciri Fotografi *Human Interest* | Pt Iframe Solusi Multimedia - Jasa *Live Streaming* & Webinar Pro, 19 Agustus 2020, Pada Https://Www.Iframemultimedia.Com/Fotografi-Human-Interest/., Diakses Pada 20 Juni 2026.
4. Evelyne Alifia Sekarputri Dkk., "*Implementasi Teknik Pengambilan Gambar Oleh Director Of Photography Pada Produksi Video Feature Human Interest 'Porter: Ketidakpastian Yang Dikerjakan*,'" Realisasi : Ilmu Pendidikan, Seni Rupa Dan Desain 3, No. 2 (2026).
5. Faras, "*Cara Memilih Angle Foto Terbaik | Faculty of Science, Engineering, and Technology*," 9 Desember 2022, https://fset.almaata.ac.id/cara-memilih-angle-foto-terbaik/. diakses 28 September 2026.
6. *Guide To Camera Shots: Every Shot Size Explained* (2026), 24 Februari 2025, pada Https://Www.Studiobinder.Com/Blog/Types-Of-Camera-Shots-Sizes-In-Film/. Diakses Pada 20 Juni 2026.
7. Irfani Nurul Azizah dkk., *"Penerapan Teknik Pengambilan Gambar oleh Director of Photography dalam Pembuatan Video Feature 'Makanan yang Terselamatkan, Harapan yang Tersampaikan,'*" SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia 4, 2 Juni 2025.
8. Laurian R. Bowles, "*Doing the Snap: Storytelling and Participatory Photography with Women Porters in Ghana*", Visual Anthropology Review, November 2017.
9. Lexy Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017).
10. Moleong, Lexy J. 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
11. Mohammad Fadli Surur, *"Fotografi Bukan Sekedar Cekrek"*, DJKN, "Website DJKN," pada https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-kaltim/baca-artikel/13875/fotografi-bukan-sekedar-cekrek.html, diakses 2 Oktober 2026.
12. Prabowo Bayu Sasongko, "*Human interest ikut mewarnai Dunia Media Sosial*" Diskominfo Tegal, 5 Desember 2019 pada, https://www.example.com/webpage/, diakses 22 Oktober 2026.
13. Sari, Wulan Purnama, dan Lydia Irena. 2022. "Komunikasi Visual melalui Foto Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM." Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia 4(3).
14. Siahaan, Anggi Talisa Permatasari, dkk. 2025. "Penerapan Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Feature 'Tangan Kecil, Pena Besar.'" Sewagati: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia 4(2): 261–277.
15. Silmi Nurul Utami dan Serafica Gischa, *"Jenis-Jenis Teknik Pengambilan Gambar*," Kompas pada https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/23/100000669/jenis-jenis-teknik-pengambilan-gambar, diakses 2 Oktober 2026.
16. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Lengkapi tahun dan edisi berdasarkan sumber yang benar-benar digunakan dalam skripsi.
17. Yose Revela, *"Pasar Induk Wonosobo, Sejarah yang (Masih) Berulang,"* Kompasiana, Terbit Tahun 21 Februari 2017, pada https://www.kompasiana.com/yoserevela/58abe118b57a618b06e7f084/pasar-induk-wonosobo-sejarah-yang-masih-berulang, diakses 5 Oktober 2026.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.11193
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)