



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Mengacu pada peran editor pada BAB II, dalam penulisan ini, penulis berperan sebagai seorang editor yang bekerja pada tahap pascaproduksi. Pada tahap pascaproduksi, seorang editor mengelola *footage* (video dan audio) yang sudah ada menjadi satu keseluruhan cerita video iklan “Ayu Bakery & Cake”. Pada saat proses *editing*, penulis mencoba menerapkan teori-teori ritme dan *cutting* yang sudah ada ke dalam cerita video iklan “Ayu Bakery & Cake”. Penulis memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melakukan penelitian. Menurut Creswell (2013) dalam penelitian kualitatif diperlukan teori sebagai acuan umum. Melalui penelitian kualitatif, data akan dipaparkan dan dianalisa secara deskriptif (Hlm. 93).

3.1.1. Sinopsis

Pada siang hari, seorang ibu rumah tangga bersiap-siap menunggu kedatangan seseorang. Secara tiba-tiba, bel rumah berbunyi dan beberapa orang masuk ke dalam rumah. Rumah yang sebelumnya sepi, mendadak ramai oleh kerumunan orang sedang arisan. Satu persatu orang tersebut merasa lapar dan pemilik rumah mulai panik. Pemilik rumahpun mengeluarkan *handphone*-nya dan menelpon Ayu. Pada saat pemilik rumah menelpon, secara tiba-tiba pintu rumah didobrak oleh seorang penjual “Ayu Bakery & Cake”. Seisi rumah terpana dengan

kedatangan penjual “Ayu Bakery & Cake”. Penjual mulai memberikan seisi rumah roti “Ayu Bakery & Cake” mulai dari roti kering, hingga kue tart. Semua orang berbahagia dan menyukai “Ayu Bakery & Cake.”

3.1.2. Posisi Penulis

Posisi penulis dalam pembuatan video iklan “Ayu Bakery & Cake” adalah sebagai editor yang berperan mengelola dan menyusun *footage* (video dan audio) menjadi satu keseluruhan cerita utuh melalui teknik ritme *editing* berupa *timing*, *pacing* dan *trajectory phrasing* dibantu dengan teknik *editing cutting* dan *montage*.

3.1.3. Peralatan

Pada proses *editing* video iklan “Ayu Bakery & Cake”, penulis membagi peralatan yang diperlukan menjadi 3 jenis, yaitu: dokumen produksi, perangkat *hardware* dan perangkat *software*.

1. Dokumen produksi

Dalam proses *editing*, penulis membutuhkan beberapa dokumen produksi seperti *script* sebagai acuan penulis dalam menyusun cerita. Selain itu penulis juga menggunakan *camera report* beserta *sound report* sebagai acuan penulis dalam memilih video serta audio yang bagus pada saat *shooting*.

2. Hardware

Penulis menggunakan laptop Asus G501VW sebagai alat untuk mengedit video iklan “Ayu Bakery & Cake”. Penulis menggunakan laptop ini untuk

melakukan *offline editing* sampai mencapai tahap *online editing*. Selain itu perangkat *hardware* ini digunakan penulis dalam pengumpulan teori pendukung dan penulisan penelitian ini.

3. *Software*

Penulis menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC 2017 untuk melakukan *offline editing* dari tahap *assembling*, *rough cut*, *picture lock* hingga penggabungan materi video dan audio. Selain itu pada tahap *online editing*, penulis juga menggunakan *software* tersebut untuk melakukan *color grading*.

3.2. Tahapan Kerja

Walaupun penulis menempati posisi sebagai editor, penulis tidak hanya bekerja pada tahap pascaproduksi saja, melainkan penulis juga ikut terlibat dalam tahap praproduksi agar hasil akhir video iklan “Ayu Bakery & Cake” bisa dibuat dengan baik pada tahap pascaproduksi. Berikut merupakan tahap-tahap kerja penulis sebagai editor pada video iklan “Ayu Bakery & Cake”.

1. Praproduksi

Pada tahap praproduksi, penulis sebagai editor mulai membaca *script* dengan tujuan memahami jalan cerita video iklan “Ayu Bakery & Cake”.

Selain itu penulis juga mulai memikirkan bagaimana gaya *editing* yang cocok dengan *script* tersebut melalui membaca teori *editing* yang ingin diterapkan serta mencari beberapa contoh video referensi. Setelah mencari

dan menemukan gaya *editing* yang cocok dengan *script*, penulis mulai berdiskusi dengan *director* mengenai gaya *editing* yang tepat. Setelah berunding dan mendapat kesepakatan, penulis menemui *director of photography* (DOP) untuk membagikan ide tentang teknis *editing* yang digunakan sehingga DOP menemukan gambaran mengenai hasil akhir video.

2. Produksi

Dalam proses produksi, penulis membantu dalam menjaga kesinambungan antar *shot* sehingga bisa menjadi satu cerita utuh pada hasil akhir video. Selain itu, selama di lokasi *shooting* penulis juga beberapa kali berdiskusi dengan *director* dan DOP mengenai ide-ide spontan sehingga nantinya ide tersebut tidak mengganggu proses *editing* dalam menyusun kesatuan cerita. Selain itu, selama produksi penulis juga berperan sebagai *loader* data sehingga penulis bisa menyicil memisahkan *footage* berdasarkan urutan *shot*.

3. Pascaproduksi

Pada tahap ini, penulis yang sebelumnya sudah memisahkan *footage* berdasarkan *shot* di lokasi *shooting*, mulai mensortir kembali *footage* dengan melihat *camera report* dan *sound report*. Penulis mensortir kembali *footage* yang sudah diberi keterangan “*Good*” dan “*Choose*” sebagai pertimbangan *footage* yang dipakai ketika *assembling*. Setelah disortir, penulis kemudian mulai memasuki tahap *assembling* dengan

memasukan *footages* sesuai dengan *script* tanpa mengubah urutan cerita. Setelah itu, mulai masuk proses *rough cut* dimana penulis berperan dalam menyusun *shot* yang dirasa lebih tepat untuk membuat cerita menjadi lebih baik lagi. Selain itu pada tahap ini penulis juga menerapkan teori-teori yang sudah penulis persiapkan ke dalam susunan cerita. Setelah itu, penulis menunjukkan hasil *rough cut* dan menerima masukan dari *director*. Tidak jarang beberapa *shot* ada yang dihilangkan hingga benar-benar membentuk susunan cerita yang diinginkan. Setelah mencapai *picture lock*, film mulai masuk kedalam tahap *online editing* dengan melakukan *color grading*. Kemudian setelah menentukan hasil final bersama dengan sutradara, penulis melakukan proses export video sesuai dengan pengaturan format instagram, yaitu resolusi 1080p dan dalam format mp4.

3.3. Acuan

Dalam pembuatan video iklan “Ayu Bakery & Cake”, penulis menggunakan film dari Edgar Wright sebagai acuan dalam keputusan *editing*. Penulis menggunakan film “Scott Pilgrim vs The World” karena menurut penulis, pada film tersebut Edgar Wright dapat menerapkan teknik *editing* yang membuat penonton tidak bosan dengan perpaduan *shot* serta dapat membentuk unsur komedi pada adegan *scene*-nya. Selain itu, pada film “*Scott Pilgrim vs The World*” dapat memanfaatkan teknik ritme *editing* berupa *timing* dan *pacing* serta teknik *editing* lainnya berupa *cutting* dan *montage*.



Gambar 3.1. *Entering the Chaos Theatre Scene*
(*Scott Pilgrim vs The World*, 2010)

Salah satu contoh teknik *editing* pada “*Scott Pilgrim vs The World*” yaitu terdapat pada adegan *Entering the Chaos Theatre Scene*. Pada *scene* ini, Edgar Wright menggunakan ritme *editing* berupa *fast cut* disertai dengan *zoom-in* ketika Scott Pilgrim melakukan aktivitas persiapan ke bioskop. Selain itu, terdapat adegan komedi pada saat memasuki *shot* mengikat tali sepatu. Durasi *shot* tersebut dibuat lama sehingga menimbulkan situasi komedi berupa kontradiksi pada *shot* sebelumnya yang *pacing* editannya cepat. Setelah itu *shot* berganti dengan adegan Scott berlari keluar rumah dengan adegan *slow motion* menambah efek komedi pada *scene* tersebut.