

1. LATAR BELAKANG

Editing sangatlah berperan penting untuk membantu visual menjadi suatu rekaman yang baru dan nyaman untuk dilihat oleh penonton. Thompson, R., & Bowen, C. J (2009) mengatakan bahwa editing pada film adalah suatu proses mengurutkan, meninjau, memilih, dan menggabungkan visual dan audio hingga menjadi suatu cerita atau dapat mempersentasikan visual yang memiliki makna untuk mencapai tujuan dibalik pembuatan film itu sendiri. (hlm. 1)

Pada iklan ini penulis dan tim menggunakan kata “heroik” untuk membuat konsep pada iklan ini. Heroik dapat disebut sebagai orang yang bersifat kepahlawanan. Menurut Raharjo, Y. K (2021) heroisme yaitu seseorang yang berani untuk melakukan sesuatu yang dianggap benar. Heroisme juga merupakan kunci utama dari sikap kepemimpinan (hlm. 179) maka dari itu teknik editing pada iklan ini akan menggunakan *slow motion* dan *montage editing* agar penonton dapat merasakan secara tegas sifat heroik pada iklan ini.

Maka dari itu, penulis ingin menunjukkan kepada penonton sifat heroik dari para pekerja Transjakarta yang rela berkorban untuk tetap melayani masyarakat di tengah pandemi ini.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA