

3. METODE PENCIPTAAN

Video *behind the scene* yang penulis produksi merupakan dokumentasi di belakang layar dari iklan layanan masyarakat yang berjudul “*Light Up The Dark*”. Video *behind the scene* ini dibuat mulai dari awal Agustus sampai minggu ketiga di bulan Agustus dan tayang di akhir Agustus, seminggu setelah video aslinya keluar. Video *behind the scene* ini dibuat di perusahaan *IGB Media*, tempat penulis menjalankan program magang. Gaya musik dan alur *editing* mengikuti video iklannya sendiri, “*Light Up The Dark*”. Video *behind the scene* dari “*Light Up The Dark*” berdurasi sekitar 7 menit, di mana video “*Light Up The Dark*” sendiri berdurasi sekitar 5 menit.

3.1. Deskripsi Karya

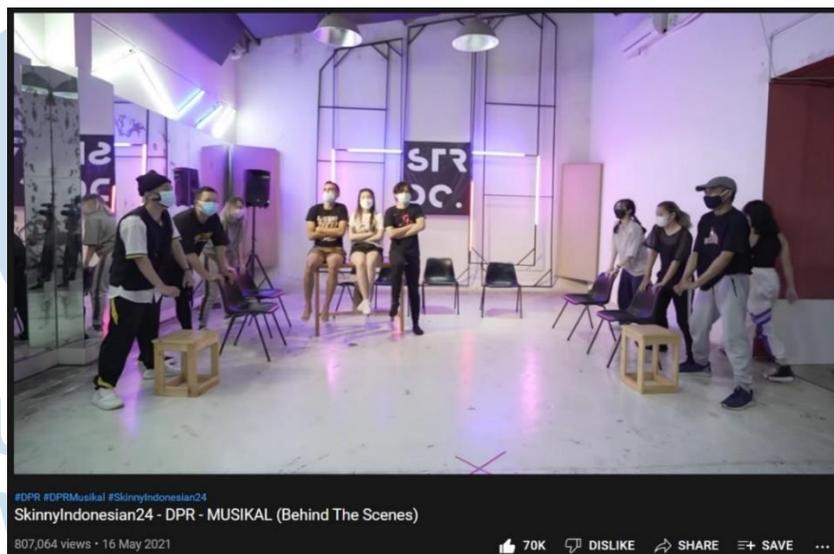
Video “*Light Up The Dark*” merupakan sebuah video iklan layanan masyarakat dengan tujuan mengajak masyarakat agar tetap semangat di tengah masa pandemi. Video “*Light Up The Dark*” diproduksi oleh perusahaan *IGB Media*, tempat penulis menjalankan program kerja magang. Video “*Light Up The Dark*” disutradai oleh Ivander Aditya Tjandra yang merupakan executive producer & director dari perusahaan *IGB Media*. Selama pengerjaan video “*Light Up The Dark*”, penulis berfokus pada pembuatan video *behind the scene*. Penulis berperan sebagai director, editor, dan juga sound designer dalam video *behind the scene* “*Light Up The Dark*”.

Dalam pengerjaan video *behind the scene* “*Light Up The Dark*”, penulis bekerja beriringan dengan proses produksi video “*Light Up The Dark*”. Video *behind the scene* dari video “*Light Up The Dark*” dibuat untuk menyampaikan bagaimana proses kreatif dan proses produksi terjadi di belakang layar. Video *behind the scene* ini akan dimulai dengan *teaser* dari video aslinya. Setelah itu proses *story brainstorming* akan ditunjukkan. Setelah *brainstorming*, ada sebuah video wawancara dari director video tersebut, diselingi dengan *footage-footage* yang sesuai dan berhubungan. Setelah bagian director, akan ada wawancara dengan musician, art director, dan juga dancer. Semua wawancara ini akan diselingi oleh

footage-footage yang terkait. Setelah bagian wawancara, akan ada *montage* dari *venue* yang akan digunakan, yaitu Hotel Majapahit. Setelah *venue montage* selesai, akan ditunjukkan bagaimana *creative value* didiskusikan. *Video behind the scene* ini akan ditutup dengan *credit title* yang juga digunakan pada video aslinya.

3.2. Konsep Karya

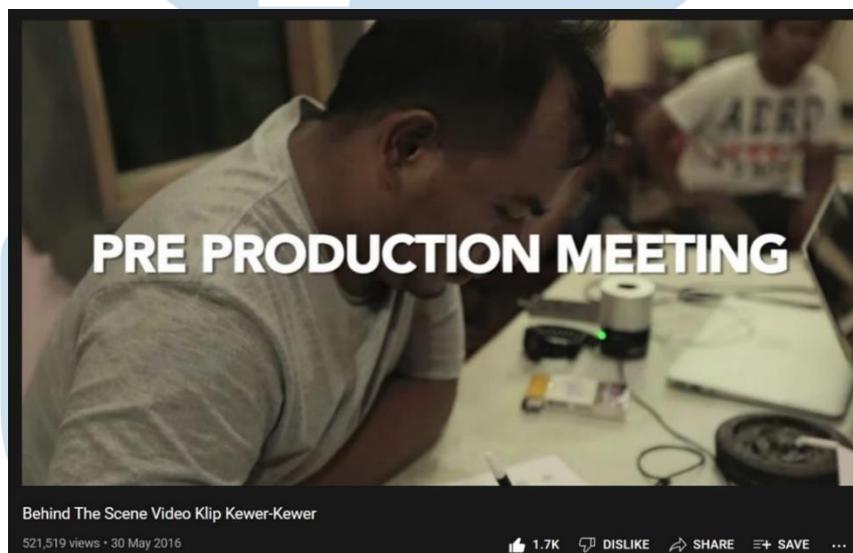
Video behind the scene dari “*Light Up The Dark*” ini akan mengikuti video iklannya sendiri, di mana pengurutan adegan dibagi menjadi beberapa bagian. Musik yang digunakan pada *video behind the scene* juga beraliran sama dengan video iklannya. Urutan dari *video behind the scene* “*Light Up The Dark*” diawali dengan apa yang melatar belakangi pembuatan iklan dan juga konsep apa yang digunakan oleh sutradara untuk memproduksi iklan layanan masyarakat tersebut. Setelah konsep penyutradaraan, akan ada bagian produksi musik, diikuti oleh *costume* dan *make up*, dan juga proses latihan. Hampir semua bagian akan ditampilkan bersamaan dengan *footage* wawancara (terkadang dalam bentuk *Voice Over*). Selama berjalannya video, akan selalu diselipkan video-video eksekusi saat proses *shooting* dan juga hasil video “*Light Up The Dark*”.



Gambar 3.1. Screenshot referensi pertama
(sumber : Kanal YouTube SkinnyIndonesian24)

Video YouTube berjudul “DPR – MUSIKAL (*Behind The Scene*)” karya SkinnyIndonesian24 Merupakan acuan utama penulis. Video ini merupakan sebuah *behind the scene* dari karya video berjudul “DPR – MUSIKAL”. “DPR – MUSIKAL” merupakan sebuah film pendek musikal yang bercerita tentang seorang wanita yang baru masuk ke DPR dan harus mengikuti rekan kerjanya yang mengutamakan diri sendiri dan haus akan harta. Konsep yang digunakan pada video “DPR – MUSIKAL” adalah konsep *musical drama* di mana akan banyak nyanyian dan tarian. Konsep ini sangat sesuai dengan video “*Light Up The Dark*”, sehingga video *behind the scene*-nya juga dapat digunakan sebagai acuan utama penulis.

Dalam Video *behind the scene* ini terdapat banyak *montage* yang digunakan. Salah satu teknik *montage* yang menginspirasi penulis adalah penggunaan *Rhythmic Montage* di mana pergantian shot *montage* dilakukan saat ada kemiripan *visual*. Selain itu video ini juga menggunakan wawancara di beberapa bagian, sesuai dengan konsep *behind the scene* “*Light Up The Dark*”.



Gambar 3.2. Screenshot referensi kedua
(sumber : Kanal YouTube Libertaria)

Video YouTube berjudul “*Behind The Scene* Video Klip Kewer-Kewer” karya Libertaria merupakan salah satu acuan penulis juga. Pada video *behind the scene* ini, segmen proses produksi dan proses kreatif dibagi menjadi beberapa bagian. Penulis mengambil cara ini untuk diterapkan pada video *behind the scene*

“*Light Up The Dark*” di mana video akan dibagi menjadi beberapa bagian berdasarkan apa proses kreatif atau proses produksi yang sedang dikerjakan. Sama seperti video *behind the scene* dari “DPR – MUSIKAL”, video ini juga memiliki wawancara yang dapat menyempurnakan penyampaian proses kreatif dan juga proses produksi.

3.3. Tahapan Kerja

Proses *pre-production*, *production*, dan juga *post-production* dari pembuatan video *behind the scene* ini bisa dibilang tidak berurutan dan sangat spontan. Selama proses persiapan *shooting* video aslinya, penulis dan sinematografer sudah mengambil banyak gambar saat tim produksi sedang melakukan rapat dan latihan. Saat proses persiapan produksi dari video iklan sedang dilakukan, penulis dengan director iklan baru memutuskan agar video *behind the scene* ini akan dibagi menjadi beberapa *part* dan akan menggunakan banyak teknik *montage* agar durasi video tidak terlalu panjang. Proses *pre-production* dan juga *production* dari video *behind the scene* ini juga berjalan paralel dengan proses *post-production*.

Seiring dengan persiapan *shooting*, penulis menyatukan *footage* yang sudah ada untuk menentukan materi-materi tambahan yang dibutuhkan. Saat menjelang proses *shooting* dari video iklan “*Light Up The Dark*”, penulis memberikan *list* dari *shot* yang diperlukan agar informasi dalam video *behind the scene* bisa terstruktur secara baik. Saat melakukan proses penyuntingan, penulis juga merasa bahwa video *behind the scene* ini tidak terlalu baik jika hanya diiringi oleh musik, melainkan juga memerlukan sebuah wawancara atau *voice over* untuk menjadi narasi dari video ini.

Setelah berdiskusi dengan director iklan, akhirnya penulis mulai menyusun pertanyaan yang bisa menjadi informasi pelengkap pada video *behind the scene* “*Light Up The Dark*”. Proses wawancara ini mulai penulis lakukan saat istirahat *shooting* di lokasi *venue*. Pada saat *shooting*, penulis mengambil dua video wawancara bersama dengan musician dan juga dancer. Selama proses *shooting*,

bersama dengan sinematografer penulis juga menemukan tambahan-tambahan *shot* yang cocok untuk digunakan pada struktur video yang sudah terbentuk.

Setelah proses *shooting* dilakukan, penulis mulai menyusun semua *footage* yang sudah siap. Saat melakukan proses *Editing*, penulis bersama dengan tim produksi “*Light Up The Dark*” merekam *footage* wawancara director dan art director di kantor *IGB Media* untuk melengkapi video *behind the scene*. Setelah video *behind the scene* selesai disunting, video *behind the scene* kembali dicek oleh tim produksi “*Light Up The Dark*”, agar proses kreatif dan proses produksi dapat tersampaikan dengan baik. Setelah melewati beberapa revisi, video *behind the scene* dari “*Light Up The Dark*” di *upload* di akun Instagram dari tim produksi dan *talent* “*Light Up The Dark*” Seminggu setelah video “*Light Up The Dark*” ditayangkan di YouTube.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA