

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi Karya

Penulis membuat sebuah video promosi yang merupakan bagian dari kolaborasi antara Freakout Media dan *brand* Anggur Orang Tua. Video promosi tersebut berjudul AKAD, Antar Kota Antar Daerah. AKAD merupakan sebuah video yang bertujuan untuk mempromosikan produk dari *brand* Anggur Orang Tua dengan nuansa keberagaman suku dan budaya. Video AKAD memiliki tiga episode, yaitu “Tebak Lirik”, “Tebak Bahasa Daerah”, dan “*Stereotype*”. Episode AKAD yang penulis bahas di dalam laporan ini adalah episode “Tebak Bahasa Daerah”. Video AKAD tersebut akan dipublikasikan di akun TikTok milik Anggur Orang Tua dengan durasi kurang lebih dua menit.

Konsep Karya

Video AKAD merupakan sebuah video yang di dalamnya terdapat dua sampai tiga narasumber yang sedang bermain *games* tebak-tebakan mengenai suatu daerah. Di dalam video tersebut terdapat produk dari Anggur Orang Tua. Narasumber yang berhasil menjawab tebak-tebakan yang diberikan boleh meminum produk dari Anggur Orang Tua. Secara konsep bentuk, video AKAD merupakan video *live action*. Secara visual, video AKAD menampilkan narasumber beserta botol anggur Orang Tua sebagai objek pada *foreground*.

Tahapan Kerja

Tahapan kerja yang penulis lakukan dimulai dari pra produksi, di mana penulis bergabung bersama *content producer* Freakout Media untuk berdiskusi bersama pihak Anggur Orang Tua. Dari hasil diskusi tersebut, penulis menerima *script* dari *content producer*. Penulis mulai mencari referensi dan menyusun *treatment* yang akan digunakan pada *script* tersebut. Referensi visual yang penulis ambil ialah dari video milik Cretivox. Dari referensi tersebut, penulis mengambil elemen penggunaan *match cut* pada perpindahan *shot* di video tersebut. Video Cretivox juga memiliki konsep video yang hampir serupa dengan video AKAD, di mana ada

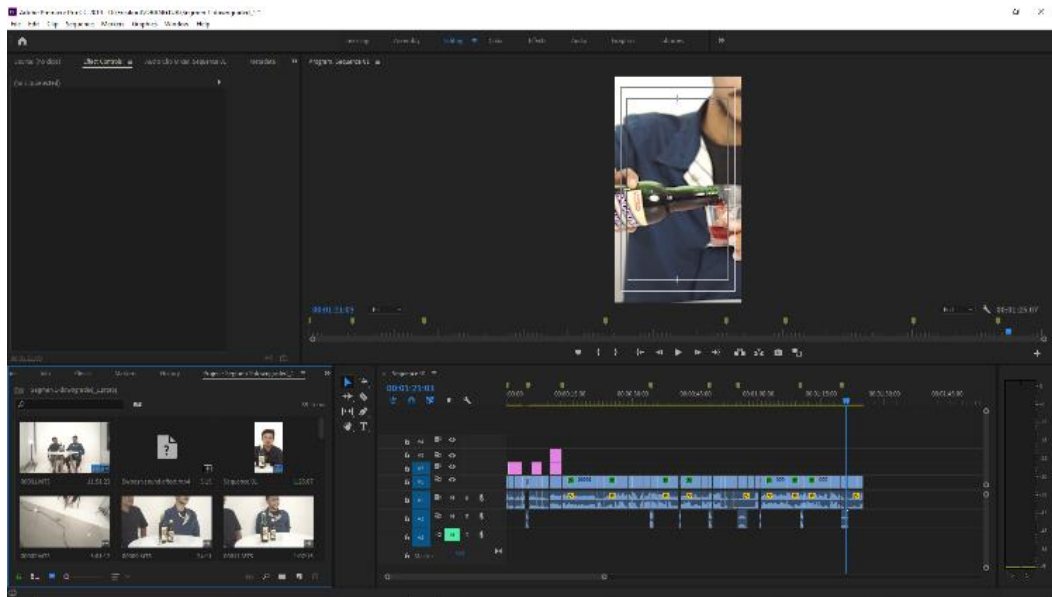
beberapa orang yang menjadi penjawab dengan *scene* yang berbeda. Sehingga penulis merasa video Cretivox ini bisa menjadi referensi yang tepat bagi penulis untuk menerapkan teknik *match cut* pada video AKAD. Setelah mendapatkan referensi dan *treatment* yang sesuai, penulis bisa bergerak ke tahap produksi.



Gambar 3.1 Referensi Visual dari Video Cretivox
(Cretivox YouTube Channel)

Penulis mempersiapkan semua alat-alat yang akan digunakan pada tahap produksi, yaitu satu buah *lighting*, *clip on*, *tripod*, dan kamera *handphone*. Setelah semua alat siap, penulis bisa melaksanakan proses *shooting*. Metode *shooting* yang penulis gunakan ialah *one take*, jadi penulis merekam keseluruhan adegan pada video tersebut secara utuh.

Setelah proses *shooting* selesai, penulis melakukan tahapan pasca produksi yaitu *editing*. Penulis menggunakan *software* Adobe Premiere Pro untuk melakukan *editing* pada *footage* tersebut. Metode *editing* yang penulis gunakan ialah metode *match cut*. Penulis mengerjakan tahapan *offline editing* terlebih dahulu. Pada tahapan tersebut, penulis memilah *footage* dan melakukan *cut to cut* pada *footage* tersebut sehingga menjadi satu *sequence* yang runut. Hasil dari *offline editing* tersebut diserahkan ke *client* untuk meminta *approval*, agar penulis bisa segera melakukan *picture lock*.



Gambar 3.2 Screenshot dari Timeline Premiere Pro

Setelah *picture lock*, penulis bisa melanjutkan proses *editing* ke tahap *online editing*. Pada tahap ini, penulis menambahkan *sound effect*, *background music*, teks, serta *bumper in* pada video. Setelah proses *editing* selesai, penulis meminta *approval* kepada *client*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA