

1. LATAR BELAKANG

Menurut Richard Abel (2005), *Spatial relation* adalah hubungan antar *shot* berfungsi untuk membangun ruang film. *Spatial relation* juga memecah satu adegan menjadi beberapa perspektif yang berbeda. Melalui penyuntingan, *filmmaker* dapat membangun ruang sintetik dari beberapa *scene* atau membedah *scene* menjadi tampilan parsial. Terdapat 3 unsur dari *spatial relation* yaitu, *Alterity* menunjukkan bahwa ruang dalam suatu *shot* sama sekali berbeda dari ruang dalam *shot* berikutnya. Kedua ruang ini bersifat eksklusif, dan perbedaannya jauh dari satu sama lain. *Proximity* menunjukkan bahwa meskipun ada dua *shot* yang serupa, akan tetapi tidak berbagi ruang yang sama. *Overlap* menunjukkan bahwa dua *shot* yang serupa dapat berbagi ruang yang sama.

Digicash Fair 2.0 adalah sebuah video komersial berdurasi 1 menit yang menceritakan tentang sebuah acara yang diadakan oleh bank bjb. Acara ini terdapat empat tipe, pertama *Digi Arena Championship*, kedua *Digicash Anyeong K-Fest*, ketiga *Digicash Pensi Fest*, dan terakhir *Young Entrepreneur Success Zone*. Dalam video komersial 1 menit ini, penulis akan membahas bagaimana penerapan *spatial relation* dalam membangun *mood* di *motion graphic* pada video komersial *Digicash Fair 2.0*.

Menurut Li dan Lo (2015), video komersial yang sukses dapat meraih perhatian penonton yang membuat mereka dapat mengingat *brand* tersebut. Video komersial pada umumnya mengganggu penonton di tengah aktivitasnya saat menjelajah media sosial, sehingga mereka akan mudah melewati video yang tidak menarik bagi mereka. Ada beberapa faktor yang penting, memperhatikan durasi video serta dampak emosi yang ditimbulkan dari video tersebut. Menurut Ben (2016), menambahkan video komersial pada media sosial berpotensi besar menarik perhatian konsumen untuk 30 detik pertama. Maka dari itu, penulis membuat video komersial berdurasi pendek agar penonton tetap mendapatkan koneksi terhadap acara yang dimaksud melalui penerapan *spatial relation*.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang penulis akan teliti adalah, Bagaimana penerapan *spatial relation* dalam membangun *mood* di *motion graphic* pada video komersial *Digicash Fair 2.0*?

Batasan penelitian pada karya tulis ini mencakup *spatial relation* yang dikemukakan oleh Richard Abel, menggunakan 3 unsur *alterity*, *proximity*, dan *overlap* pada kelima scene pada *Digicash Fair 2.0*.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Penulis ingin mengetahui penerapan *spatial relation* dalam membangun *mood* di *motion graphic* pada video komersial *Digicash Fair 2.0*. *Spatial relation* menghubungkan banyak *scene* pada video komersial *Digicash Fair 2.0*, sehingga penulis melakukan riset terhadap unsur-unsur yang menjadi penghubung antar *spatial relation* dengan video komersial *Digicash Fair 2.0*.

2. STUDI LITERATUR

Menurut Bowen dan Thomson (2013, hlm. 1-2), *editing* merupakan proses mengolah, melihat, memilih, dan mengumpulkan *footage* selama proses produksi. Sebagai *editor*, penyusunan konsep *visual* sesuai dengan makna yang ingin disampaikan adalah faktor yang penting. Saat *editor* menyusun *shot*, sebuah cerita harus dirangkai dengan makna yang menciptakan dampak emosional kepada penonton.

Editor terlibat dalam beberapa tahapan produksi, terutama pada tahap pascaproduksi. Tugas awal dari seorang *editor* yaitu melakukan *listing* dan *assembly* pada *footage* video atau audio yang diperlukan. *Editor* juga harus melakukan *assembly editing*, untuk menentukan *footage* yang akan digunakan ke dalam program *editing*. Setelah itu, *editor* melakukan *rough cut*, *fine cut*, dan *picture lock* hingga menjadi sebuah *sequence* yang utuh sesuai dengan *script*. Pada tahap terakhir, *editor* melakukan *married print* untuk menggabungkan video