

1.1. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *tone warm* diterapkan untuk menampilkan aspek vitalitas dalam video iklan FLIFE?

Penelitian ini terbatas pada video iklan dari perusahaan alat rumah tangga FLIFE yang dibintangi Jessica Mila dengan durasi dua menit tiga puluh satu detik dan dari tujuh *scene*, penulis memilih *scene* dua dan lima untuk dianalisis karena melalui dua *scene* tersebut, konsep vitalitas dapat direalisasikan.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Penulis dapat mewujudkan konsep vitalitas dalam video iklan FLIFE melalui penggunaan *tone warm*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pengetahuan baru dalam bidang film, terutama pada tahap *editing*.
3. Untuk memahami makna dari penggunaan warna dalam pembuatan karya di industri periklanan.

2. STUDI LITERATUR

2.1. KONSEP EDITING

Pembuatan video memiliki beberapa tahapan, salah satunya adalah pascaproduksi yang merupakan tahapan akhir sebelum video masuk ke dalam proses distribusi. *Editing* menurut Thompson (2009) merupakan proses menata, memilih dan menggabungkan materi video menjadi suatu video yang utuh. Dalam menjalani proses *editing*, seorang editor perlu memahami konsep yang diberikan oleh

sutradara agar hasil yang diterima dapat sesuai dengan konsep dan tujuan yang telah dirancang (Thompson & Bowen, 2009).

Menurut Sumarno (1996) dalam bukunya *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, setiap *shot* disusun dengan memperhatikan asas kesinambungan/*continuity* seperti persambungan *shot* dengan *shot*, adegan dengan adegan, dan babak dengan babak. Untuk membuat video iklan yang utuh, seorang *filmmaker* membutuhkan konsepsi untuk dapat menyatukan kumpulan *shot* menjadi sebuah peristiwa (Sumarno, 1996).

2.2. COLOR GRADING

Pada dasarnya *color grading* memiliki dua tujuan utama, yaitu untuk menyeimbangkan warna dan untuk membuat manipulasi warna untuk membentuk suatu emosi tertentu. Proses *color grading* ini perlu dilakukan dengan perhatian penuh supaya konsep dan ide yang sudah dirancang dapat direpresentasikan secara akurat. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses *color grading* yaitu *exposure*, *contrast*, *white balance*, *chroma* (Arundale & Trieu, 2015).

2.2.1 Exposure

Exposure memiliki tujuan utama untuk mengatur jumlah cahaya yang masuk ke dalam sensor kamera sehingga dapat menangkap gambar sesuai dengan penglihatan manusia (Caverio, 2018). Pengaturan *exposure* atau pengaturan jumlah cahaya merupakan kunci untuk mendapatkan gambar dengan kualitas yang baik. Beberapa faktor yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *exposure* yang tepat adalah dengan mengatur *shutter speed*, *aperture*, dan ISO. *Exposure* dibagi menjadi tiga kondisi utama antara lain:

1. Over Exposure

Over exposure merupakan kondisi di mana sensor kamera menerima intensitas cahaya dengan jumlah yang banyak dan membuat gambar yang didapat terlihat terlalu cerah.



Overexposed

Gambar 2.1 Ilustrasi *overexposed*

(<https://gohighbrow.com/the-exposure-triangle/>)

2. *Correct Exposure*

Correct exposure merupakan kondisi di mana sensor kamera menerima intensitas cahaya yang cukup sehingga gambar yang dihasilkan dapat serupa dengan daya tangkap mata manusia.



Correctly Exposed

Gambar 2.2 Ilustrasi *correctly exposed*

(<https://gohighbrow.com/the-exposure-triangle/>)

3. *Under Exposure*

Under exposure merupakan kondisi di mana sensor kamera menerima intensitas cahaya yang terlalu sedikit sehingga menciptakan hasil gambar yang terlalu gelap.



Underexposed

Gambar 2.3 Ilustrasi *underexposed*
(<https://gohighbrow.com/the-exposure-triangle/>)

2.2.2 Contrast

Contrast adalah perbedaan intensitas antara terang dan gelap pada suatu gambar serta memiliki kaitan dengan *highlight* dan *shadow*. Menurut Hurkman (2014), *contrast* merupakan aspek yang penting karena dapat memaksimalkan kualitas gambar, mengoptimalkan warna, dan membuat gambar dapat diatur sesuai yang diinginkan. Terdapat dua jenis *contrast* yang dapat digunakan untuk *colour grading* di mana disesuaikan kembali dengan konsep, kedua jenis tersebut antara lain:

1. Low Contrast

Low contrast merupakan pengaturan warna yang berdekatan satu sama lain dalam *color wheel*. Contohnya adalah penggunaan warna hitam dan abu, karena harmonisasi warna tersebut menciptakan warna yang memiliki kesinambungan satu dengan lainnya.



Low Contrast Image

Gambar 2.4 Ilustrasi *low contrast*
(https://docs.opencv.org/3.1.0/d5/daf/tutorial_py_histogram_equalization.html)

2. *High Contrast*

High contrast merupakan pengaturan warna yang berbanding terbalik atau berlawanan arah dalam *color wheel*. Contohnya adalah penggunaan warna hitam dan putih yang menciptakan perbandingan yang mencolok sehingga terdapat kedalaman pada gambar.



High Contrast Image

Gambar 2.5 Ilustrasi *high contrast*

(https://docs.opencv.org/3.1.0/d5/daf/tutorial_py_histogram_equalization.html)

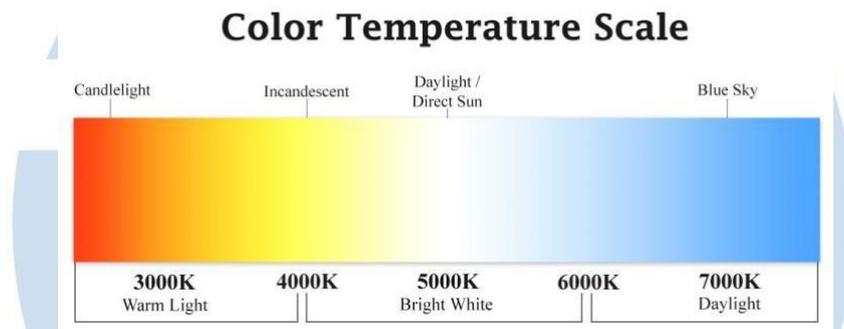
2.2.3 *White Balance*

Menurut Craveiro (2018) *white balance* atau WB merupakan proses menyeimbangkan *color temperature* warna dalam sebuah gambar. Tujuan dari *white balance* ini adalah untuk mengatur warna agar terlihat natural seperti aslinya. Selain itu juga, proses ini menjadi penting karena akan mempermudah proses *color grading* pada saat pascaproduksi. Dalam melakukan pengaturan *white balance* terdapat *color temperature* dengan skala Kelvin atau K untuk dapat menyesuaikan suhu yang tepat dan terlihat natural sesuai dengan mata manusia.

Pada kamera DSLR, *color temperature* ini dapat diatur secara manual untuk mendapatkan hasil warna yang diinginkan. Sebagai contoh apabila ingin mendapatkan hasil gambar dengan temperatur yang cenderung ke arah hangat, maka suhu yang digunakan terdapat di kisaran 1500K – 5500K. Sedangkan apabila ingin menghasilkan gambar dengan temperatur yang cenderung dingin dapat menggunakan suhu di kisaran 5800K – 7500K. (Craverio, 2018).

Color temperature memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk suatu perasaan atau emosi seseorang. Contohnya untuk membangun suasana yang sedih,

berduka, dan dingin dapat menggunakan *cool colors* yang terdiri dari warna ungu, biru, dan hijau. Apabila ingin membangun suasana yang bahagia, kekeluargaan, dan kehangatan dapat menggunakan *warm colors* yang terdiri dari warna orange, coklat, dan magenta (Craverio, 2018).



Gambar 2.6 Ilustrasi konsep *color temperature*

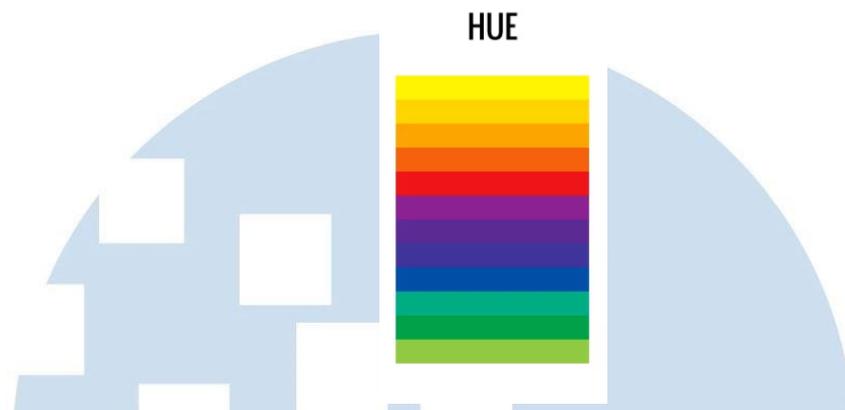
(<https://commercialledlights.com/blog/lighting-articles/color-temperature/>)

2.2.4 CHROMA

Chroma merupakan suatu digital sinyal video atau analog yang membawa informasi tentang warna. Aspek *chroma* ini dapat diatur dalam *software editing* sehingga dapat diatur setiap gelombang yang terdapat dalam gambar, warna yang terekam oleh gambar yang memiliki komponen *chroma* mempunyai dua karakteristik yaitu:

1. *Hue*

Hue merupakan sebuah panjang gelombang yang dapat diambil dari sebuah warna, baik itu warna merah (sebuah gelombang panjang), hijau (sebuah gelombang yang lebih pendek dari merah), atau biru (gelombang warna terpendek). Setiap warna yang dianggap memiliki keunikan tersendiri (oranye, cyan, dan ungu), juga memiliki *hue* yang berbeda. *Hue* memiliki kontrol kerja dalam proses mengaplikasikan warna, jika sudutnya diubah, maka warna pada gambar juga akan berubah.

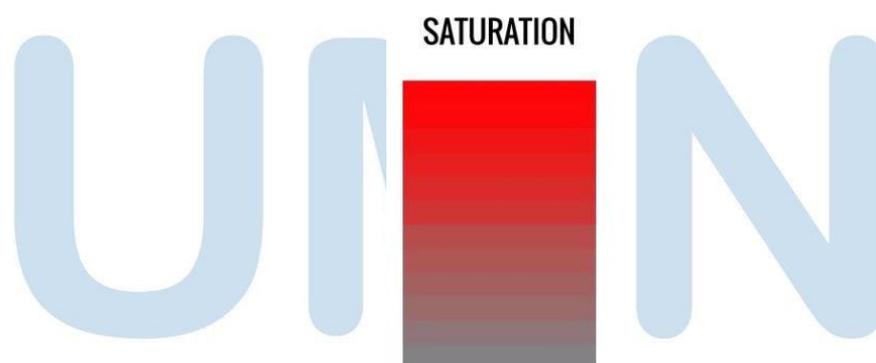


Gambar 2.7 Ilustrasi konsep *hue*

(<https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>)

2. *Saturation*

Saturation merupakan intensitas atas suatu warna. Dengan meningkatkan *saturation* warna pada sebuah gambar, akan membuat warnanya semakin intensif. Sebaliknya, jika mengurangi *saturation* akan membuat warna pada gambar semakin memudar. Sebuah gambar yang tidak memiliki *saturation* akan disebut *desaturated*, artinya gambar tersebut tidak memiliki warna sama sekali atau biasa lebih dikenal dengan nama lain yaitu *grayscale* atau *monochrome*.



Gambar 2.8 Ilustrasi konsep *saturation*

(<https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>)

2.3. *DYNAMIC RANGE*

Kamera yang digunakan untuk mengambil gambar memiliki kemampuan menangkap cahaya. Kemampuan itu biasa disebut *dynamic range*. Kamera yang

memiliki *dynamic range* yang lebih tinggi akan menghasilkan warna dan piksel yang lebih banyak, hal tersebut bisa dilihat dari hasil gambar yang didapat di mana *highlight* dan *shadow* memiliki komposisi yang tepat dan tidak berlebihan sehingga dapat mempertahankan detail dari kedua aspek tersebut (McHugh, 2019).

Robert Corell (2010) dalam bukunya *High Dynamic Range Digital Photography for Dummies* menjelaskan bahwa kamera memiliki *dynamic range* yang terbatas. Hal tersebut disebabkan oleh kemampuan sensor kamera dalam menyimpan informasi warna, di sisi lain *noise* pada sistem kamera dapat mempengaruhi kinerja sensor dalam menerima cahaya. Dikarenakan faktor tersebut, kamera akan melakukan kalibrasi pada saat menerima cahaya di mana sebagai contoh langit yang *overexposed* akan dilakukan kalibrasi ulang untuk membuat langitnya *correctly exposed* dan membuat objek di sekitarnya menjadi lebih gelap dan berada di area *shadow* (Corell, 2010).

2.4. LOG & RAW FOOTAGE

RAW footage merupakan format yang diambil oleh kamera tanpa dilakukannya proses apapun dan untuk menjadi *standard file* perlu menggunakan program lain. Pengambilan gambar menggunakan *file RAW* ini bertujuan untuk menyimpan data gambar dengan kualitas yang terbaik dari kemampuan yang dimiliki sebuah kamera (Browne, 2006). Sedangkan *Log* merupakan format yang diambil oleh kamera yang memiliki kurva tersendiri di mana berguna untuk menghasilkan warna dengan kualitas terbaik dari sebuah kamera. Dengan perkembangan teknologi terutama dalam pembuatan film digital, setiap produsen kamera memiliki kurva *LOG* masing-masing. Sebagai contoh untuk kamera SONY menggunakan *S-Log*, Panasonic menggunakan *V-Log*, Canon menggunakan *C-Log*, BMPCC menggunakan *Blackmagic Log*, dan masih banyak lagi. Setiap *Log* yang dimiliki setiap kamera memiliki kurva dan pengaturan tersendiri yang dirancang dari pabrik produsen kamera.

Dalam proses pengambilan gambar terutama untuk kebutuhan profesional dan komersial, penggunaan *Log* menjadi pilihan yang tepat. *Log footage* memiliki

dynamic range yang lebih luas sehingga informasi dan detail dalam sebuah gambar tetap terjaga. Karakteristik dari *log footage* adalah memiliki warna yang pucat dengan tujuan untuk membuat sebuah gambar tidak terlalu kontras dan mempertahankan detail dan memperluas cakupan warna dari sebuah gambar sehingga mempermudah editor untuk melakukan proses *color grading*.

2.5. COLOR PSYCHOLOGY

Psikologi warna merupakan cabang dari ilmu psikologi yang mempelajari tentang warna sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Ilmu ini mempelajari tentang pengaruh warna terhadap emosi dan juga perilaku manusia. Semua warna memiliki efek tersendiri terhadap psikologi seseorang, karena setiap warna memancarkan panjang gelombang energi tertentu dan berbeda satu sama lain. Dalam *branding* dan *marketing*, psikologi warna difokuskan pada bagaimana warna tersebut mempengaruhi kesan konsumen terhadap suatu produk. (Harutyunyan, 2015).

Kristine Harutyunyan (2015) dalam tulisannya yang berjudul *Colour Terms in Advertisements* menjelaskan bahwa *warm color* seperti oranye secara psikologi bersifat optimistik, positif, dan vitalitas tinggi dan apabila dikorelasikan dengan kehidupan, warna oranye ini berhubungan dengan pengambilan risiko, kepercayaan diri, dan kemandirian. Selain itu sebagai warna yang identik dengan buah jeruk, warna oranye ini memiliki keterkaitan dengan makanan sehat dan merangsang nafsu makan. Warna oranye ini merupakan gabungan dua warna *warm color* yaitu dari warna merah yang melambangkan energi dan warna kuning yang melambangkan kebahagiaan (Harutyunyan, 2015).

Sedangkan *cool colors* seperti warna biru secara psikologi memiliki sifat menenangkan, mengurangi tensi, dan takut. Sebagai salah satu warna yang terdapat dalam *cool colors*, warna biru ini memiliki kesan menciptakan ruang/*space*. Penggunaan warna biru yang berlebihan akan menimbulkan kebosanan, memanipulasi, dan pandangan yang kaku. *Cool colors* ini merupakan warna yang

mencari kedamaian dan ketenangan di atas segala sesuatu yang lain, dan menggambarkan relaksasi fisik dan mental. (Harutyunyan, 2015).

3. METODE PENCIPTAAN

3.1. DESKRIPSI KARYA

Pembuatan video iklan FLIFE bertujuan untuk mempromosikan produk dari FLIFE sehingga penonton sebagai calon konsumen dapat memiliki *awareness* mengenai produk-produk alat rumah tangga yang dikeluarkan FLIFE. Video iklan yang dibuat oleh Adplay Media Indonesia ini berdurasi dua menit tiga puluh satu detik, dengan format karya yang dibawakan adalah *interview* di mana terdapat seorang *interviewer* yang menanyakan beberapa hal kepada seorang aktris film pada hal ini adalah Jessica Mila dan aktris tersebut menjawab pertanyaan yang berhubungan mengenai masakan dengan menggunakan produk keluaran terbaru dari FLIFE.

3.2. KONSEP KARYA

3.2.1 FLIFE

Pada saat melakukan proses magang di Adplay Media Indonesia, penulis mendapatkan kesempatan untuk menjadi *online editor* pada pembuatan video iklan dari *sister company* Gree yaitu FLIFE. FLIFE merupakan perusahaan dari China yang melakukan pengembangan produk *kitchen appliances* di Indonesia. Pada pembuatan video iklan ini, produk yang ingin ditampilkan yaitu *rice cooker* dan *pressure cooker*.

3.2.2 Creative Brief

Melalui *client brief* yang sudah didapatkan dari klien, tim dari Adplay Media Indonesia segera menyusun *creative brief* yang nantinya akan diajukan kembali kepada klien apakah sudah sesuai dengan keinginan klien atau ada hal yang perlu ditambahkan. Berikut adalah *creative brief* yang diajukan oleh Adplay Media Indonesia untuk video iklan FLIFE Jessica Mila: