

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:

1. Scene Breakdown

Uraian tiap adegan dalam pembuatan iklan FLIFE Jessica Mila

Scene 1: *Interview*

Scene 2: *Selfcare* pakai masker

Scene 3: Baca Buku

Scene 4: Belajar Membuat Resep Melalui Website FLIFE

Scene 5: Masak Menggunakan *Pressure Cooker*

Scene 6: Masak Menggunakan *Rice Cooker*

Scene 7: *Closing Image (Beauty shot)*

2. Script VO

Naskah yang digunakan dalam *interview* berisi pertanyaan terkait tiga hal favorit Jessica Mila di mana pada nomor tiga, Jessica Mila menjawab gemar memasak menggunakan produk FLIFE.

3. Call Sheet

Jadwal berisikan *timeline* syuting sehingga dapat melakukan proses syuting sesuai jadwal yang ditentukan dan menghindari kebingungan yang mungkin terjadi pada saat syuting.

4. Fact Sheet

- Resolusi: Full HD (1920x1080)
- *Aspect Ratio*: 16:9
- Kamera: Blackmagic Pocket Cinema Camera (BMPCC6K)

5. Location

Lokasi yang digunakan untuk syuting iklan adalah villa yang terdapat di Bogor.

3.3. TAHAPAN KERJA

1. Praproduksi:

a. Ide atau gagasan

Pembuatan video iklan untuk perusahaan FLIFE ini bertujuan untuk memperkenalkan produk terbaru beserta fitur dan cara penggunaan produk.

Proses penyusunan ide ini dimulai dari *brainstorm* tipe iklan seperti apa yang akan dibuat dan dilanjut pada proses pembuatan *script*.

b. Observasi

Dengan perkembangan teknologi yang ada, kegiatan yang dahulu memerlukan proses yang panjang, memakan waktu, dan membutuhkan banyak alat dapat dibuat menjadi lebih sederhana, mudah, dan praktis. Maka dari itu produk dari FLIFE ini menawarkan hal tersebut dengan memberikan kemudahan dalam membuat sebuah masakan.

c. Studi Pustaka

Penulis menggunakan teori *color grading* sebagai teori utama di mana pada teori ini banyak membahas mengenai *mood* dan tema yang dapat dibawakan dari sebuah warna. Sebagai teori pendukung penulis memasukan psikologi warna yang membicarakan bahwa sebuah warna memiliki peran sebagai simbolisasi dari suatu hal, sebagai contoh warna oranye yang menggambarkan energi, kreativitas, dan vitalitas.

d. Eksperimen Bentuk dan Teknis

Dalam pembuatan video iklan ini, sutradara memutuskan untuk tidak membuat dan menggunakan *photoboard* dikarenakan waktu yang singkat sehingga proses syuting dilakukan dengan spontanitas seorang sutradara. Penulis, yang dalam proses pascaproduksi bertugas sebagai *online editor*, perlu beberapa kali melakukan revisi mengenai *color grading*, *VFX*, musik, dan *SFX* supaya dapat menghasilkan video iklan yang maksimal dan dapat sesuai dengan keinginan klien.

e. Eksplorasi Bentuk dan Teknis

Penulis dalam menjalankan tugasnya sebagai *online editor* mencoba untuk membuat *tone* warna lebih cenderung ke arah *warm* karena ingin menunjukkan konsep vitalitas di mana digambarkan pada iklan tersebut bahwa *talent* merupakan orang yang memiliki vitalitas tinggi, yang dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan menggambarkan daya hidup yang

tinggi mulai dari memasak, merawat diri, membaca buku. Selain itu juga agar video yang dibuat menjadi lebih menarik, penulis mencoba menambahkan SFX seperti memotong sayur, menuangkan air, memencet tombol agar dapat memberikan kesan di mana penonton ikut serta dalam pembuatan suatu masakan.

2. Produksi:

Dalam proses produksi, penulis bertugas sebagai BTS pada saat proses syuting berlangsung. Selain itu, penulis diberi tugas sebagai *assistant camera* yang membantu pada saat pengambilan gambar dan pergantian lensa kamera yang disesuaikan dengan kebutuhan *shot* yang akan diambil.

3. Pascaproduksi:

Pada proses pascaproduksi, penulis melakukan proses *folding* dan membuat *proxy* untuk membuat proses *editing* lebih ringan dan efisien. Masuk pada tahap *editing*, penulis melakukan proses *editing* pada *software* Davinci Resolve 18. Sebagai *online editor*, penulis menambahkan *motion graphic* seperti box pertanyaan dan juga *link website* dari FLIFE, selain itu juga penulis menambahkan *background music* dan SFX untuk mendukung video. Masuk pada tahap *color grading*, penulis melakukan proses ini dengan mewarnai setiap *shot* yang digunakan sebagai video iklan dari FLIFE Jessica Mila. Proses *color grading* ini penulis buat ke arah warm agar dapat menunjukkan konsep vitalita sesuai dengan apa yang digambarkan *talent* iklan pada video iklan tersebut.

4. ANALISIS

4.1. Vitalitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, vitalitas merupakan nomina/kata benda yang memiliki tiga arti. Pengertian pertama dari kata vitalitas yaitu kehidupan seperti dalam seni, sastra, dan sebagainya. Kemudian vitalitas juga memiliki pengertian yaitu kemampuan untuk bertahan hidup. Pengertian terakhir dari vitalitas yaitu adalah daya hidup.