

1. LATAR BELAKANG

Media marketing mulai beralih kepada media-media digital salah satunya merupakan sosial media. Sosial media yang merupakan *platform* media untuk melakukan aktivitas sosial kini mendapat fungsi tambahan dikarenakan perkembangannya. Perkembangan media sosial sebagai media pemasaran dan marketing, sosial media memiliki banyak pengguna hal inilah yang membuat banyak perusahaan menargetkan *platform* tersebut untuk melakukan pemasaran. Selain itu, media sosial juga mempunyai ragam bentuk media yang dapat disampaikan mulai dari tulisan, foto atau gambar, hingga gambar bergerak atau video. Keberagaman tersebut sering membuat perusahaan tersebut untuk menciptakan media promosi yang lebih *engaging* yang dilakukan dengan mempekerjakan profesional dibidangnya. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dirkantara Indonesia yang menyimpulkan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan penjualan produk secara signifikan setelah beralih menggunakan pemasaran digital. (Asih, 2022. hlm. 5)

Produk makanan merupakan kebutuhan primer untuk manusia, sehingga setiap manusia membutuhkan makanan setiap harinya untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu media sosial dapat dijadikan *platform* untuk melakukan produk tersebut dikarenakan meskipun pengguna media sosial sangat beragam namun tetap menjadi target market produk makanan. Gambar yang menggugah selera akan menjadi salah satu cara untuk membuat pengguna sosial media yang sekedar bersosial media akan tertarik dan berminat untuk membeli produk tersebut. Menggunakan format *reels* menjadi salah satu format yang menarik untuk mendapatkan tujuan tersebut.

Video *reels* merupakan salah satu format baru yang diperkenalkan dalam dunia sosial media. Format ini dipopulerkan oleh TikTok sebelum akhirnya diserap oleh *platform* media sosial lainnya. Video *reels* mempunyai karakteristik durasi yang singkat dengan *ratio* 9:16 (*portrait*) media ini memiliki momentum pada 3 detik awal. *Reels* sangat mudah diakses dan hanya membutuhkan 1 usapan keatas untuk mengganti video lainnya. Oleh karena itu, 3 detik awal menjadi penentu

apakah penonton akan menontonnya sampai selesai sehingga informasi sepenuhnya tersampaikan atau sekedar terlewat di sosial media pengguna.

Berdasarkan hal tersebut penulis yang juga merupakan *Director of Photography* tertarik untuk menggunakan teori-teori sinematografi kedalam *corporate video* dalam bentuk *digital ads video reels*. *Director of Photography* mencoba melakukan *simplicity composition* dengan menggunakan konsep *chiaroscuro* yang mengisolasi subjek dari *backgroundnya*. Sehingga dalam waktu yang singkat penonton dapat terfokus dengan subjek yang ada tanpa adanya gangguan lain.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerapan *chiaroscuro* untuk membuat isolasi subjek pada video reels “Almost Dark Chocolate” CV. MELTS Indonesia?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui penerapan *chiaroscuro* untuk membuat isolasi subjek pada video reels “Almost Dark Chocolate” CV. MELTS Indonesia

2. STUDI LITERATUR

Berisi pemaparan teori dan referensi literatur yang terkait dan digunakan sebagai landasan penciptaan karya.

2.1. LIGHTING

Menurut Bordwell pencahayaan tidak hanya menerangi objek agar terlihat di kamera. Pencahayaan merupakan salah satu aspek yang kuat dalam menceritakan film melalui gambar. Pencahayaan memiliki kekuatan untuk menampilkan warna objek serta karakteristik emosi yang dapat dirasakan oleh penonton, karena secara tidak sadar cahaya memberikan suasana yang berbeda. (Bordwell et al., 2017. hlm. 125)