

1. PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi, *smartphone* telah menjadi alat komunikasi yang hampir dimiliki oleh semua orang di dunia. Perusahaan-perusahaan telah menganggap bahwa *smartphone* menjadi sebuah media yang tepat untuk perusahaan mengiklankan barang/jasa yang ditawarkan. Perusahaan sosial media menggunakan format vertikal untuk video yang ditampilkan dalam aplikasi, menyesuaikan bentuk *smartphone*. Menurut Chavan (2023) vertikal video menjadi semakin populer dikarenakan kebiasaan manusia memegang *smartphone* dengan posisi vertikal, sehingga lebih nyaman untuk ditonton. Dapat dilihat juga dari berbagai aplikasi media sosial salah satunya Instagram telah menciptakan salah satu fitur video vertikal yaitu Instagram Reels pada tahun 2020.



Gambar 1.1 Tampak Instagram Reels

(Instagram, 2020)

Dalam proses pembuatan sebuah karya audio visual, dibutuhkan sebuah alat untuk menangkap gambar bergerak yaitu kamera. Menurut Gernsheim, Rosenblum, Grundberg, dan Newhall (2023) pertama kali kamera ditemukan pada tahun 400

sebelum masehi di teks Tionghoa dalam konsep kamera obscura. Para penulis menyatakan juga bahwa pada masa itu kamera hanya dapat mengambil foto, belum dapat merekam video. Namun kamera mulai berkembang seiring majunya teknologi, sehingga kamera pun mampu merekam video. Teknologi kamera terbaru muncul pada kamera *mirrorless* pada tahun 2004 oleh perusahaan Epson (Britannica, 2023). Terdapat banyak jenis kamera yang dapat digunakan sesuai kebutuhan seperti kamera DSLR, kamera *mirrorless*, kamera aksi, dan kamera pesawat nirawak (*drone*) (Masterclass, 2022).

Kamera pesawat nirawak menjadi salah satu penemuan yang membuat perfilman jadi lebih maju, dikarenakan dapat mengambil *angle* dan *shot* dari udara. Menurut Westwood dan Warren (2015) sebelum *drone* ditemukan, pembuat film harus menyewa helikopter untuk dapat mengambil *shot* dari udara. Dengan adanya *drone*, anggaran dapat lebih diminimalisir. *Drone* dapat mengambil banyak *shots* di lokasi yang cukup berbahaya dan sulit untuk ditempuh dengan berjalan. Namun harus diperhatikan oleh pembuat film, bahwa *drone* membutuhkan keterampilan serta latihan untuk mendapatkan *shot* yang sesuai keinginan.

Selama melakukan program magang *track 2*, penulis diberikan tanggung jawab untuk menciptakan iklan dalam bentuk format vertikal. Supervisor penulis ingin membuat iklan dalam format vertikal dengan tujuan untuk diunggah ke sosial media perusahaan. Perusahaan penulis juga ingin menunjukkan iklan di media videotron vertikal yang berada di dalam gedung perkantoran. Dengan tujuan agar perusahaan dapat menarik perhatian remaja sampai dewasa muda yang sering menggunakan sosial media untuk dapat melihat iklan tersebut.

Saat melakukan program magang *track 2*, penulis juga diberikan kesempatan untuk dapat mengoperasikan *drone* untuk sebuah proyek iklan. Penulis tentu belum memiliki pengalaman apapun terkait dengan *drone*. Terutama harus menerbangkan *drone* di tengah laut, yang merupakan sebuah lingkungan yang berbahaya untuk menerbangkan *drone*. Terjadi kesalahan teknis sedikit, dapat menyebabkan *drone* terjatuh ke laut, pohon di pulau, dan lain lain. Namun hal ini

menjadi sebuah kesempatan bagi penulis, untuk dapat belajar secara langsung di lapangan sambil dipantau oleh supervisor.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang sudah dituliskan di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah bagaimana pengaplikasian *vertical video* dalam syuting iklan “Saputra Paradise”?

Untuk membuat penelitian ini tidak menyimpang dari pokok masalah, maka penulis menetapkan sebuah batasan masalah. Batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan format video vertikal dalam iklan di media sosial Instagram “Saputra Paradise” dari aspek target pasar yaitu berusia 17-45 tahun.
2. Penambahan *shots* dari *drone* untuk menambah daya tarik iklan di mata target pasar.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Terkait dengan rumusan masalah dan batasan masalah yang sudah dibuat maka, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaplikasian *vertical video* dalam syuting iklan “Saputra Paradise”.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA