

2. STUDI LITERATUR

2.1. IKLAN

Menurut George dan kawan-kawan (Belch, Belch, Kerr, Waller, & Powell, 2020), Iklan adalah salah satu bentuk instrumen komunikasi yang berbayar dan termediasi, dengan tujuan mempersuasi penonton untuk mengambil suatu tindakan sesegera mungkin ataupun di masa yang akan datang. Winston (Fletcher, 2010) menambahkan bahwa walau banyak orang mengkorelasikan iklan dengan berjualan, sejatinya iklan merupakan instrumen yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan/atau mempersuasi penontonya. Jadi bisa disimpulkan bahwa sebuah iklan merupakan instrumen komunikasi yang merupakan bentuk layanan jasa berbayar dan digunakan untuk mempengaruhi penontonya dengan informasi agar menuju suatu hasil tertentu yang telah direncanakan sebelumnya.

2.2. EDITING

Menurut Vincent (LoBrutto, 1991), *Editing* adalah sebuah seni interpretasi menggabungkan banyak potongan gambar agar menjadi satu gambar yang utuh dalam versi terbaiknya. Menurut Gael (Chandler, 2009), tujuan utama *editing* adalah untuk mendorong cerita dan menunjukkan kepada para penonton apa yang perlu diketahui setiap saat. Menurut Christoper (Bowen, 2024), *Editing* bukan merupakan seni yang tidak kaku, namun tidak dapat dipungkiri pula bahwa ada pedoman umum yang sangat berdampak kepada daya tangkap penonton. Bisa disimpulkan bahwa *editing* sejatinya merupakan sebuah proses dalam menginterpretasi dan menyusun sebuah karya gambar bergerak menjadi sebuah pola yang bertujuan agar penonton mencapai taraf pemahaman yang diinginkan di waktu dan/atau adegan tertentu.

2.3. RHYTHMIC EDITING

Menurut Ashley (Pascual, 2021), *rhythmic editing* merupakan salah satu teknik editing yang esensi utamanya terletak pada korelasi antara satu *shot* dengan *shot* berikutnya untuk menciptakan sebuah ritme atau pola. Seorang *editor* dapat memperlakukan durasi setiap *shot* untuk menciptakan ritme cepat ataupun lambat, tergantung pada apa ritme yang diinginkan. Lambden menambahkan bahwa irama seringkali tidak luput dari keterlibatan musik, namun dalam sebuah film sebuah irama tidak hanya ditemukan dari audio melainkan juga dari persatuan antara audio dan visual yang membentuk keseluruhan narasi (Lambden, *Film Editing: Emotion, Performance and Story*, 2022).

2.4. EDITOR

Menurut LoBrutto (dalam kutipan Reynolds, 1991), *Editor* adalah salah satu kaki tangan sutradara yang bertugas merancang sebuah karya dalam versi terbaiknya sesuai dengan keinginan sutradara. Ia menambahkan bahwa sebagian besar tugas seorang editor adalah menciptakan emosionalitas dari sebuah adegan, untuk mempengaruhi sudut pandang penonton (dalam kutipan Mirionne, 1991). *Editor* juga harus mampu menempatkan dirinya dari perspektif audiens agar karya lebih mudah diterima (Chang, *Filmcraft: Editing*, 2012). Dapat disimpulkan bahwa seorang *editor* adalah orang yang bertanggung jawab atas perancangan suatu karya agar penonton merasakan pengalaman emosional tertentu, maka dari itu penting bagi seorang *editor* untuk merancang karya melalui berbagai sudut pandang, khususnya sudut pandang penonton.

2.5. CUT

Menurut Gael (Chandler, 2009), *cut* adalah penggabungan dua gambar berbeda, namun terkadang juga penggabungan dari dua bagian dari satu *shot* yang sama. Christopher (Bowen, 2024) menambahkan bahwa walau sebuah *cut* adalah pergantian dari satu gambar ke gambar berikutnya secara instan, tidak serta merta berarti bahwa *cut* selalu menciptakan kontras dari satu gambar ke gambar berikutnya. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan agar sebuah *cut* dapat meningkatkan koherensi antar gambar:

i) Informasi

Cut dilakukan saat penonton hendak diberikan informasi baru melalui perspektif yang berbeda, contohnya: Mimik wajah, pemandangan, memfokuskan pada suara tertentu, dan lain-lain.

ii) Motivasi / Alasan

Sebuah *cut* harus dilakukan dengan motif atau kesengajaan tertentu agar tafsiran dan/atau pemahaman penonton dapat lebih mudah diarahkan.

iii) Komposisi

Apabila sebuah *cut* dari titik akhir suatu gambar yang mirip dengan titik awal gambar berikutnya, maka ada kecenderungan penonton dapat terhindar dari kondisi terdisorientasi.

iv) Sudut Pandang Kamera

Perpindahan sebuah gambar dari sudut pandang yang satu ke yang lain apabila ditata dengan baik dapat memberikan penonton pemahaman lebih mendalam atas adegan tersebut.

v) Kontinuitas

Konsistensi atas segala aspek yang ada di dalam suatu adegan akan membantu menyembunyikan sebuah *cut* dari perhatian penonton, seperti letak, waktu, warna, gerak, jumlah, dan lain-lain.

vi) Suara

Kontinuitas atas suara dalam suatu adegan dapat memperhalus sebuah *cut* hingga ke titik dimana penonton tidak menyadarinya dan bisa menikmati adegan tersebut secara maksimal. Contoh kontinuitas suara contohnya seperti ambiens, dinamika suara, dialog, musik, dan lain-lain.

Apabila sebuah *cut* dilakukan untuk perpindahan dari adegan yang satu ke adegan yang lain, penyimpangan dari 6 poin diatas akan berakibat terjadinya perpindahan yang lebih nyata, dan penonton dapat lebih cepat dan mudah dalam menangkap perubahan atas ruang, waktu dan emosionalitas, namun sebuah *cut* yang mengikuti pedoman diatas akan lebih menyatukan satu *shot* dengan *shot* lainnya, dan adegan yagn satu dengan yang lainnya.

2.6. KECERIAAN

Menurut Mark (Manson, 2018), keceriaan bukanlah sesuatu yang didapatkan, melainkan merupakan sesuatu yang diwujudkan. Orang sedang ceria tidak akan sadar sepenuhnya bahwa faktanya dia sedang ceria, tapi dialah keceriaan itu sendiri. Keceriaan bukanlah sesuatu yang bisa tercapai dengan sendirinya, tapi merupakan sebuah efek samping dari sekumpulan kejadian dalam hidup seseorang. Walau sering dikorelasikan, keceriaan tidak sama dengan kepositifan seperti sikap optimis, yang selalu dikaitkan kepada ekspektasi masa depan, sementara keceriaan dapat menggambarkan situasi dan kondisi saat ini

yang tidak selalu dikaitkan dengan ekspektasi. Menurut Brian (Fawcett, 2011), pada zaman modern ini ekspektasi keceriaan publik sering disangkut pautkan dengan kegiatan seperti berbelanja; keceriaan seseorang sekarang dijadikan sebuah komoditas dalam perekonomian sehari-hari. Keceriaan sangat bisa dipengaruhi oleh rasa kepuasan yang didapatkan dari ekspektasi yang telah dibangun dan disimpan oleh orang tersebut, namun tidak selalu demikian.

2.7. MUSIK

Menurut Patrik (Juslin, 2010), musik dapat mempengaruhi kondisi emosional seseorang. Struktur dari sebuah musik seperti tempo, ritme, ketukan dan lain-lain dapat dibuat sedemikian rupa untuk memancing emosionalitas seseorang namun tidak terikat dengan jenis emosionalitas tertentu. Alat musik tertentu juga dapat menimbulkan sinestesia (kondisi ketika seseorang dapat “melihat” atau merasakan warna tertentu saat mendengar musik). Sebagai contoh, alat musik trumpet dengan nada tingginya terkesan terang dan ringan, sementara nada rendah dari clarinet terkesan gelap; gesekan biola terasa halus, namun suara drum kit terasa tegas.

3. METODE PENCIPTAAN

3.1. Deskripsi Karya

Judul : Cookiestreet Campaign Video Q2 2024

Format Karya : Video Iklan

Durasi : 1 menit

Tema : Nongkrong bersama teman-teman