

C. Estetika Visual yang Menarik

Video di media sosial umumnya menampilkan estetika visual yang menarik, dengan penggunaan grafis yang kreatif, efek-efek yang menarik, dan gaya penyuntingan yang dinamis. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna sejak awal dan membuat konten lebih berkesan secara visual (Henderi, 2007, hlm. 6). Dengan menggunakan teknik-teknik ini, pembuat konten dapat membuat video yang lebih menarik dan memikat, sehingga meningkatkan kemungkinan konten mereka untuk disukai, dibagikan, dan menjadi viral di *platform* media sosial.

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi Karya

Karya yang dibuat adalah sebuah video sosial media yang akan diunggah di *platform* media sosial dari perusahaan. Video tersebut menggunakan format *reels* atau *shorts*, yang memiliki resolusi 1080 x 1920 piksel (1080p) dan berorientasi vertikal. Format ini umumnya ditemukan di *platform* seperti TikTok, YouTube Shorts, Instagram Reels, dan *platform* media sosial lainnya. Dengan menggunakan format vertikal, video tersebut dapat dengan optimal tampil di layar *smartphone*, yang menjadi media utama bagi pengguna media sosial dan audiens untuk menonton konten tersebut.

Konten tersebut menampilkan seorang pemuda yang sedang menghadapi kesulitan belajar untuk ujiannya besok. Kemudian, sahabatnya muncul dan memberikan saran tentang metode belajar baru yang seru, mudah, dan menyenangkan. Sahabat tersebut menjelaskan fitur-fitur dari aplikasi yang merupakan produk dari perusahaan. Tujuan dari konten tersebut adalah untuk memberikan pengetahuan kepada penonton tentang aplikasi yang dapat mereka gunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses belajar. Dengan demikian, konten ini tidak hanya bermanfaat sebagai solusi bagi masalah belajar, tetapi juga sebagai promosi untuk produk perusahaan.

Tujuan utama dari iklan ini adalah untuk memperkenalkan produk bernama MilleaLab kepada masyarakat luas. Dengan menyajikan video yang menarik dan relevan, iklan ini berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan fitur dan manfaat utama dari produk ini. Selain itu, iklan ini juga diharapkan dapat menumbuhkan minat dari target audiens, menunjukkan keunggulan produk, dan mendorong mereka untuk mempertimbangkan MilleaLab sebagai solusi pilihan dalam *platform* pembelajaran yang ditawarkan.

Konsep Karya

Konsep karya ini menggunakan format *reels* atau *shorts*, yang merupakan video singkat yang memungkinkan penyampaian informasi dengan jelas dalam waktu singkat. Video ini menggunakan metode *live action*, di mana adegan dan narasi direkam secara langsung dengan kamera Sony A7. Proses pengeditan dilakukan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro, memungkinkan untuk penyuntingan yang presisi dan profesional. Dengan menggunakan teknologi dan peralatan ini, karya dapat diproduksi dengan kualitas yang tinggi dan dapat menarik perhatian audiens dengan cepat.

Tahapan Kerja

1. Pra produksi

Pada tahap pra-produksi, tim pemasaran melakukan *brainstorming* untuk mengidentifikasi tren yang sedang populer saat ini. Mereka mengumpulkan beberapa ide dan gagasan yang relevan dengan tren tersebut, serta mempertimbangkan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan dalam video. Selama sesi *brainstorming*, tim berkolaborasi untuk menggabungkan berbagai konsep dan mengembangkan ide-ide kreatif yang dapat menarik perhatian target audiens. Hasil dari proses ini adalah konsep yang solid dan sesuai dengan visi perusahaan, yang akan membimbing seluruh produksi video selanjutnya.

2. Produksi

Pada tahap produksi, tim *videographer* melakukan pengambilan gambar dengan mengatur kedua aktor yang akan memerankan peran pemuda dan temannya. Tim produksi memilih ruang tamu di kantor sebagai lokasi pengambilan gambar yang sesuai dengan konsep cerita. Sebelum proses pengambilan gambar dimulai, penulis mempersiapkan pencahayaan yang diperlukan untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan *mood* yang diinginkan, serta mengatur pengaturan kamera. Berkat persiapan yang matang sebelumnya, proses produksi berlangsung lancar dan efisien, hanya memakan waktu sekitar 1 jam. Hal ini juga didukung oleh kerjasama yang baik antara tim *videographer* dan para aktor, yang telah mempersiapkan diri dengan baik dengan menghafal dialog dan memahami peran masing-masing.

3. Pascaproduksi

Setelah tahap produksi selesai, penulis mengumpulkan semua materi video yang telah diambil selama sesi pengambilan gambar dan memulai proses pengeditan. Langkah pertama adalah menyusun semua klip video dalam urutan yang logis dan terstruktur agar membentuk naratif yang kohesif. Selanjutnya, penulis menambahkan beberapa *inserts* yang diperlukan untuk memperlihatkan tampilan dan fitur aplikasi secara jelas kepada penonton.

Rangkaian video disusun menggunakan teknik *rhythmic editing*, dimana setiap klip video diselaraskan dengan irama musik pengiringnya. Teknik ini memungkinkan transisi yang halus dan lancar, menciptakan sinkronisasi antara visual dan audio yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga meningkatkan pengalaman menonton. Penyesuaian irama dalam editing ini juga bertujuan untuk menjaga dinamika cerita dan memastikan pesan tersampaikan dengan lebih efektif dan mengesankan kepada penonton.

Setelah itu, penulis melakukan *color grading* untuk memastikan konsistensi visual dan suasana yang sesuai dengan konsep video. Selain itu, penulis juga menambahkan *subtitle* berbahasa Inggris agar video dapat dinikmati oleh penonton yang beragam latar belakang. Dengan demikian, melalui proses editing, video dapat disajikan secara lebih menarik dan informatif bagi audiens.

4. ANALISIS

4.1 HASIL KARYA

Dalam karya video pendek yang telah dibuat oleh penulis, fokus utamanya adalah memperkenalkan sebuah aplikasi baru yang dirancang untuk meningkatkan proses pembelajaran. Salah satu aspek yang menarik dari video tersebut adalah penggunaan teknik *rhythmic editing* dengan cermat. Teknik ini tercermin dalam pemilihan lagu yang sesuai dan penentuan timing aksi dari para aktor. Penggunaan *rhythmic editing* membantu menciptakan suasana yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan video, sehingga elemen visual dan audio dapat berpadu secara harmonis. Teknik ini tidak hanya meningkatkan keselarasan antara konten dan tujuan, tetapi juga dapat mendukung penyampaian pesan secara lebih efektif.

Dalam video yang akan dibahas, terdapat dua *set-up* yang dapat diamati. Pertama, diperlihatkan masalah yang dialami oleh karakter utama dalam menghadapi kesulitan dalam proses pembelajaran. Kedua, terdapat momen *payoff* dimana aplikasi baru tersebut diperkenalkan sebagai solusi dari masalah yang dihadapi, menggambarkan bagaimana aplikasi tersebut dapat membantu dalam mempermudah proses pembelajaran.

4.1.1. VIDEO PERTAMA

Judul video pertama, "MilleaLab Goes to School: SMKN 3 Gorontalo", dipilih untuk mencerminkan isi dan tujuan utama video tersebut. Video ini mendokumentasikan kunjungan tim MilleaLab ke sekolah-sekolah, khususnya