

2.4. Breaking the Fourth Wall dalam Media Visual

Menurut Cavallaro (2021), *breaking the fourth wall* berfungsi sebagai naratif yang memungkinkan karakter menyampaikan pesan secara langsung kepada *audience*. Dalam konteks promosi visual seperti *trailer*, teknik ini dapat meningkatkan keterlibatan emosional dan memahami, karena *audience* merasa dilibatkan secara langsung dalam narasi.

Secara psikologis, *breaking the fourth wall* memperkuat efek parasosial, yaitu bentuk keterikatan satu arah antara karakter media dan *audience*. *Audience* merasakan keintiman seolah-olah mereka menjadi bagian dari cerita tersebut (Hoffner & Buchanan, 2020). Dalam konteks pemasaran visual, pendekatan ini dapat digunakan untuk membangun kepercayaan, humor, atau bahkan urgensi dalam promosi produk secara persuasif.

Penelitian oleh Brown dan Smith (2024) menunjukkan bahwa *direct address*, atau pengakuan langsung terhadap kamera, dapat menciptakan hubungan yang lebih intim antara narator dan *audience*, serta meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan emosional. Namun, mereka juga menekankan bahwa penggunaan teknik ini harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak mengganggu alur naratif yang telah dibangun.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Urgensi Penelitian

Fenomena meningkatnya penggunaan *trailer* sebagai strategi visual dalam promosi media hiburan untuk memahami tentang bagaimana elemen sinematografi seperti *POV shot*, *camera handheld*, dan *breaking the fourth wall* digunakan untuk membentuk persepsi dan mengajak *audience*. Sebagai praktisi dan akademisi di bidang film dan media visual, penting untuk mengkaji aspek teknis tersebut yang dapat berkontribusi pada kekuatan persuasif suatu visual produk.

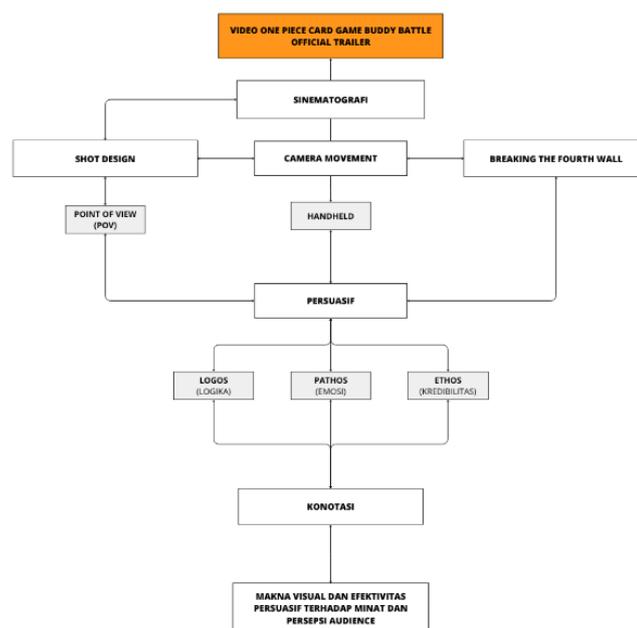
3.2. Metode Penelitian

Bedasarkan sifat dari penelitian yang difokuskan pada analisis visual media, Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pemahaman makna, proses representasi visual, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang muncul dalam bentuk non-verbal (Creswell dan Poth, 2018).

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode observasi dan studi pustaka. Observasi dalam penulisan ini adalah pengamatan video *trailer One Piece Card Game Battle Buddy* secara langsung. Studi pustaka dalam penulisan ini digunakan untuk mencari teori yang relevan dalam penelitian ini dan mencari informasi yang dapat membantu analisis ini.

Observasi dilakukan terhadap video *trailer One Piece Card Game Battle Buddy* yang menjadi objek utama penelitian ini. Penulis melakukan observasi berulang-ulang untuk identifikasi penggunaan *POV Shot, Handheld Camera*, dan momen *Breaking the Fourth Wall* yang terlihat dalam *trailer*.

BAGAN KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 3.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Analisis data akan dilakukan dalam beberapa tahap, Pertama difokuskan pada aspek naratif terhadap video *trailer One Piece Card Game Battle Buddy*. Kedua data visual akan dibandingkan dengan data naratif. Ketiga mencari makna pada hasil data-data tersebut dengan menggunakan teori retorika visual (*logos, pathos, ethos*).

Pada Tahap pertama, shot-shot yang mengandung teknik *POV Shot, Breaking the Fourth Wall, dan Handheld Camera*. Masing-masing shot diklasifikasi dan didokumentasikan dalam bentuk *screenshot* sebagai data visual utama.

Tahap kedua, data visual yang telah dikumpulkan direduksi berdasarkan frekuensi kemunculan dan relevansi terhadap pesan persuasif dalam trailer. Setiap elemen visual kemudian dideskripsikan berdasarkan konteks naratif dan visual yang sesuai.

Terakhir, penulis akan melakukan interpretasi visual terhadap data tersebut dengan membandingkan makna yang dibentuk oleh *shot design POV, camera handheld, dan breaking the fourth wall* dalam kaitannya dengan strategi persuasif untuk promosi. Interpretasi dilakukan dengan menggunakan teori retorika visual (*logos, pathos, ethos*). Pembacaan makna dilakukan dengan elemen visual secara konotatif untuk memahami makna visual dan efektifitas persuasif terhadap minat dan persepsi *audience*.

4. TEMUAN

Dalam trailer *One Piece Card Game Buddy Battle* yang berdurasi 1 menit 43 detik, penulis menemukan teknik *pov shot, camera handheld, dan breaking the fourth wall* untuk menarik perhatian dan membangun keterlibatan emosional *audience*. Trailer ini merupakan media promosi visual yang dirancang untuk memperkenalkan format permainan kartu terbaru yang bersifat kooperatif.

Pada *Trailer One Piece Card Game Buddy Battle* menampilkan kamera seolah-olah menjadi karakter dengan memperlihatkan visual yang dilihat dan