

Ketiga teknik ini berjalan untuk membangun narasi visual yang persuasif. Elemen *logos* dalam trailer menyampaikan informasi permainan dengan ringkas. Dalam penerapannya, ketiga elemen retorika visual seperti *logos*, *pathos*, dan *ethos* juga digunakan. Informasi disusun secara logis (*logos*), emosi dibangkitkan melalui elemen visual dan teknik sinematik (*pathos*), serta kredibilitas ditunjukkan melalui *brand* dan kualitas produksi (*ethos*). Kombinasi *shot design* dengan strategi persuasif ini menjadikan trailer tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam mendorong keterlibatan emosional dan minat *audience* terhadap permainan yang dipromosikan.

5. KESIMPULAN

Dalam proses menyampaikan pesan promosi melalui media visual, *shot design* merupakan salah satu elemen utama yang menentukan keberhasilan komunikasi visual kepada *audience*. Penggunaan teknik sinematik seperti *pov shot*, *breaking the fourth wall*, dan *handheld camera* tidak hanya menciptakan visual yang bagus, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam membentuk respons emosional *audience* terhadap produk yang dipromosikan.

Melalui pendekatan teori retorika visual yang berfokus pada *logos*, *pathos*, dan *ethos*, penulis menemukan bahwa penggunaan ketiga teknik *shot design* dalam trailer *One Piece Card Game Buddy Battle* mampu menyampaikan pesan persuasif yang efektif dalam konteks promosi digital. Trailer ini tidak hanya memberi informasi, tetapi juga membangun keterlibatan emosional dan menciptakan kredibilitas melalui kualitas visual serta interaksi naratif yang ditawarkan.

Teknik *POV Shot* berfungsi untuk menciptakan pengalaman bermain yang imersif dan personal. Penempatan kamera yang seolah-olah menjadi mata pemain, menjadikan penonton merasa terlibat langsung dalam permainan kartu tersebut. Hal ini membangkitkan rasa excitement dan meningkatkan rasa penasaran terhadap gameplay, yang dalam teori retorika visual mengaktifkan unsur *pathos*.

Teknik *Breaking the Fourth Wall* digunakan untuk membangun koneksi langsung antara karakter dan penonton. Melalui tatapan kamera dan ajakan verbal yang bersifat langsung, penonton diajak berinteraksi secara emosional dan psikologis. Teknik ini menciptakan kedekatan yang meningkatkan *ethos*, yaitu kredibilitas pesan yang datang dari karakter yang dikenali dan dipercaya oleh penonton.

Sementara itu, teknik *Handheld Camera* menghadirkan sensasi visual yang lebih nyata dan dinamis. Pergerakan kamera yang tidak stabil memperkuat kesan realisme dan partisipasi langsung. Dalam konteks promosi, hal ini memicu keterlibatan emosional yang lebih tinggi karena penonton merasa berada dalam adegan, bukan sekadar mengamati. Efek ini memperkuat elemen *pathos* dan mendukung daya tarik trailer secara keseluruhan.

Teknik-teknik visual yang digunakan bukan hanya menjadi pelengkap visualisasi, tetapi merupakan alat retorik, yang sudah jelas atau diketahui oleh *audience* untuk bekerja dalam membangun pesan promosi yang kuat, terstruktur, dan efektif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Barry, A. M. (2020). *Visual intelligence: Perception, image, and manipulation in visual communication* (3rd ed.). SUNY Press.
- Berman, A. (2020). *The visual storyteller: Creating cinematic video for digital platforms*. Routledge.
- Block, B. (2020). *The visual story: Creating the visual structure of film, TV, and digital media* (3rd ed.). Routledge.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2021). *Film art: An introduction* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Bowen, C. J., & Thompson, R. (2022). *Grammar of the shot* (4th ed.). Routledge.