

LAPORAN HASIL KARYA KREATIF

PROSES PRODUKSI IKLAN AUDIO VISUAL WONDERFUL OF INDRAMAYU

Laporan ini Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Akademik untuk
Memperoleh Gelar A.Md dalam Bidang Ilmu Komunikasi dengan Spesialis
Periklanan



Oleh:

MUHAMMAD RIZIQ RECHTA PERDANA

(20025438)

PROGRAM STUDI D3 PERIKLANAN

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

2023

MOTTO

Fortis Fortuna Adiuvat

(Jhon Wick)

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 3.2 Struktur Creative Teenagers</u>	23
<u>Tabel 4.1 Treatment Scene 1</u>	45
<u>Tabel 4.2 Treatment Scene 2</u>	45
<u>Tabel 4.3 Treatment Scene 3</u>	45
<u>Tabel 4.4 Treatment Scene 4</u>	46
<u>Tabel 4.5 Treatment Scene 5</u>	46
<u>Tabel 4.6 Treatment Scene 6</u>	47
<u>Tabel 4.7 Treatment Scene 7</u>	47
<u>Tabel 4.8 Treatment Scene 8</u>	48
<u>Tabel 4.9 Treatment Scene 9</u>	48
<u>Tabel 4.10 Treatment Scene 10</u>	49
<u>Tabel 4.11 Treatment Scene 11</u>	50
<u>Tabel 4.12 Treatment Scene 12</u>	50
<u>Tabel 4.13 Treatment Scene 13</u>	51
<u>Tabel 4.14 Treatment Scene 14</u>	51
<u>Tabel 4.15 Treatment Scene 15</u>	51
<u>Tabel 4.16 Treatment Scene 16</u>	52
<u>Tabel 4.17 Treatment Scene 17</u>	52
<u>Tabel 4.18 Treatment Scene 18</u>	52
<u>B.4.12.Storyboard</u>	53
<u>Tabel 4.19. Tabel Storyboard</u>	58

ABSTRAKS

Hasil pertanian Kabupaten Indramayu adalah mangga dan kaya akan budaya serta pariwisata. Kabupaten Indramayu telah berupaya mengenalkan keunggulan tersebut melalui program 'Wonderful of Indramayu' namun masih kalah dengan image sebagai kota dengan tingkat prostitusi tinggi. Karya kreatif ini merupakan langkah untuk mendukung penguatan Wonderful of Indramayu lewat karya iklan audio visual. Keunggulan dari iklan audio visual adalah gampang untuk memperjelas penyajian pesan dan mudah diingat oleh audiens. Gagasan utama dari penciptaannya adalah mengeksplorasi tempat-tempat penting yang memiliki potensi untuk membersihkan sekaligus memperbaiki citra Indramayu. Karya ini diproduksi pada tahun 2023 dan diunggah ke akun YouTube dan Instagram dengan nama pengguna @creativeteenagers. Untuk melaksanakan karya kreatif tersebut, penulis melakukan wawancara dan observasi di berbagai lokasi di kota Indramayu. Dari pengamatan ini, sutradara dapat menentukan kapan mewujudkan ide, membuat storyboard, membuat breakdown sheet, menentukan kapan syuting video. Dalam proses pembuatan video, pra produksi menyumbang 70%, sisanya adalah produksi, dan pasca produksi yang membutuhkan perencanaan yang lebih matang agar produksi berjalan lancar dan lancar. Kerjasama tim sangat mempengaruhi hasil akhir suatu produk.

Kata kunci : audio visual, tahapan produksi, potensi Indramayu.

ABSTRACT

Indramayu Regency's agricultural products are mangoes and are rich in culture and tourism. Indramayu Regency has tried to introduce these advantages through the 'Wonderful of Inramayu' program but is still inferior to its image as a city with a high level of prostitution. This creative work is a step to support the strengthening of the Wonderful of Indramayu through audio-visual advertisements. The advantage of audio-visual advertising is that it is easy to clarify the presentation of the message and is easy for the audience to remember. The main idea of its creation is to explore important places that have the potential to clean up and improve the image of Indramayu. This work was produced in 2023 and uploaded to YouTube and Instagram accounts under the username @creativeteenagers. To carry out this creative work, the authors conducted interviews and observations at various locations in the city of Indramayu. From this observation, the director can determine when to realize an idea, make a storyboard, make a breakdown sheet, determine when to shoot a video. In the process of making a video, pre-production accounts for 70%, the rest is production, and post-production which requires more careful planning so that production runs smoothly and smoothly. Teamwork greatly affects the end result of a product.

Keywords: audio visual, production stages, Indramayu potential

BAB I

A. Latar Belakang

Dijaman digital seperti saat ini penting sekali untuk mempublikasi segala hal dengan tujuan untuk mempromosikan beberapa produk atau tempat. Banyak sekali potensi – potensi yang ada di Kota Indramayu bahkan Masyarakat Indramayu sendiripun banyak sekali yang belum mengetahui hal tersebut. Karya Wonderful of Indramayu bertujuan untuk mengangkat potensi yang ada di Kota Indramayu agar potensi Indramayu lebih dikenal dibandingkan tingkat prostitusi yang ada di sana. Lebih lanjut, tulisan ini akan memaparkan tentang Proses Produksi Iklan Audio Visual Wonderful of Indramayu dari mulai pra produksi penulis membuat cerita, riset tempat, membuat storyboard, dan breakdown sheet hingga tahap produksi dan pasca produksi.

Indramayu adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Tempat tersibuk di Indramayu terletak di Jatibarang dan Haurgeulis. Kabupaten ini berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara. Cakupan wilayah administrasi Pemerintah Kabupaten Indramayu saat ini meliputi 31 kecamatan, 309 desa dan 8 kecamatan, dengan luas 204.011 ha atau 2.040,110 km dengan garis pantai sepanjang 147 km yang terbentang di tepi pantai. laut utara antara Cirebon-Subang, dengan 36 desa pesisir, desa 11 kecamatan. Kota Mangga merupakan salah satu julukan dari Kabupaten Indramayu, julukan ini berasal dari hasil pertanian Kabupaten Indramayu yaitu buah mangga. Mangga Indramayu dikenal oleh masyarakat setempat sebagai mangga Cengkir. Beberapa orang juga menyebutnya Mangga Gedong. Rasa mangga Indramayu saat matang sangat manis dan tidak terlalu asam saat masih mentah. Kebun mangga Indramayu sering menanam mangga dari pohon yang dicangkok. Saat ini, Mangga Indramayu telah menjadi salah satu ciri khas Kabupaten Indramayu.

Dibanding keunggulan di atas, Indramayu sebenarnya lebih dikenal dengan Prostitusi (PSK). Tingginya angka prostitusi dan perdagangan perempuan di Indramayu karena faktor ekonomi. Sementara sebagian kecil lainnya dipengaruhi oleh tradisi menikah di usia muda, serta tingkat pendidikan yang rendah. Tempat prostitusi tersebut biasa dilakukan di kost – kosan dengan harga mulai dari Rp.150.000. Maka tidak heran banyak orang tua meminta anak perempuannya saat merantau untuk

menjawab dari kota terdekat seperti Cirebon, Majalengka, bahkan Subang agar tidak disebut buruk jika menjawab dari kota Indramayu.

Citra buruk diatas tentu disayangkan karena Indramayu memiliki banyak sekali potensi potensi seperti Pulau Biawak, Pantai Cemara Indah, Pantai Tritis, Pantai Karangsong, Hutan Mangrove, Suku Dayak Losarang, Tari Topeng, Batik Paoman. Kekayaan alam dan budaya tersebut merupakan bagian dari Wonderful of Indramayu yang dirancang sejak Maret 2023 dan dibuat oleh tim Creative Teenagers. Konsep karya Indramayu ini menunjukkan potensi yang ada di kota tersebut. Pesannya, jika ingin melihat kekayaan alam atau budaya suatu kota, mengunjunginya sekali saja tidak cukup.

Karya Wonderful of Indramayu mengangkat tentang potensi – potensi yang ada di Kota Indramayu dengan berdurasi 2 – 3 Menit. Adapun Target audiens karya ini adalah orang muda 20 hingga 35 tahun, karena kelompok usia menengah mungkin tertarik mengunjungi tempat-tempat indah. Pengerjaan ini dilakukan pada bulan Maret hingga Agustus 2023 dengan tahapan dari pra produksi hingga finishing dan dikerjakan oleh tim yang berjumlah 5 orang sebagai sutradara, penulis naskah, cameraman, artistik, behind the scene, dan editor. Proses produksi menggunakan metode observasi non-partisipant.

Dari pemaparan diatas tidak menutup kemungkinan Masyarakat Indramayu untuk mempopulerkan potensi - potensi dari Kota Indramayu agar pemikiran pemikiran buruk tentang Kota Indramayu sedikit demi sedikit hilang dan kembali dikenal dengan sebutan Kota Mangga. Pada kenyataannya Masyarakat Indramayu sendiripun belum sadar terhadap banyaknya potensi – potensi yang dimiliki Kota Indramayu, maka dari itu penulis membuat iklan audio visual tentang Kota Indramayu dengan harapan untuk mengangkat beberapa potensi yang kebanyakan Masyarakat Indramayu sendiripun tidak ketahui. Disini penulis berposisi sebagai penulis naskah, cameraman, dan editor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah di atas, penulis dapat merumuskan masalah “bagaimana proses produksi iklan audio visual Wonderful of Indramayu?”

C. Tujuan Karya Kreatif (KK)

a. Tujuan Praktis

1. Untuk mengetahui proses pembuatan iklan audio visual dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

b. Tujuan Akademik

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan dari Kampus Stikom Yogyakarta.

D. Waktu dan Tempat

Kegiatan Karya Kreatif dilaksanakan dimulai dari 10 Maret – 13 Mei 2023 dan melakukan produksi Produksi kembali pada tanggal 1 Juli – 10 Juli 2023. Kegiatan Karya Kreatif dilaksanakan di Kabupaten Indramayu

E. Metode Penulisan

Dalam melakukan karya kreatif ini, penulis menggunakan metode observasi nonpartisipatif dimana observasi nonpartisipatif merupakan proses observasi yang melibatkan partisipan mengamati tanpa partisipasi aktif, dimana pilihan ini digunakan untuk memahami suatu fenomena dengan berpartisipasi dalam suatu komunitas atau sistem yang relevan secara sosial, tetapi masih berbeda dengan kegiatan yang diamati. teknik pengumpulan data berikut ini:

a. Observasi

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode observasi untuk mengamati potensi Indramayu dengan cara menjadi wisatawan dan melalui internet menggali potensi yang ada di kota tersebut.

b. Literasi Digital

Literasi digital adalah pengetahuan dan keterampilan pengguna dalam menggunakan media digital, seperti alat komunikasi, internet. Maka penulis menemukan beberapa karya yang dijadikan referensi dalam implementasi Wonderful of Indramayu. Akun berikut digunakan sebagai referensi :

1. Iklan pariwisata yang diupload oleh akun Youtube I Putu Dede Mahendra. Menceritakan tentang keindahan alam dan budaya daerah tersebut.
2. Iklan dengan judul “Discover the Amazing Experiences Waiting for You in Indonesia” yang diupload oleh akun Youtube Wonderful Indonesia. Menceritakan tentang menyambut Masyarakat luar negeri dengan memperlihatkan angle pengambilan gambar tentang alam, budaya di Indonesia.
3. Iklan dengan judul “Welcome to India” yang diupload oleh akun Youtube Hugo Moussy. Menceritakan tentang traveling di Negara India dan memperlihatkan keindahan dari Negara tersebut.

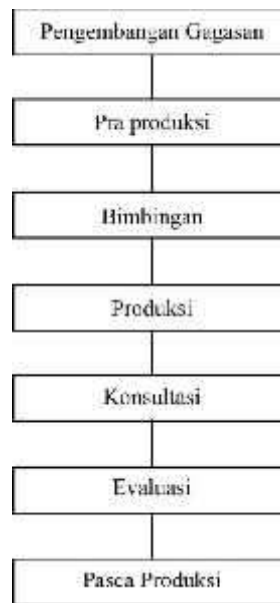
Setelah penulis melihat hasil karya audio visual di atas, muncullah ide dari penulis untuk meningkatkan citra sebuah kota. Wonderful of Indramayu lewat cerita tentang seorang wanita yang berkunjung ke suatu kota dan melihat keindahan alam dan budayanya dengan pesan yang ingin disampaikan adalah jika anda berkunjung ke kota lain untuk melihat keindahan alam dan kekayaan saja tidak cukup sekali mengunjunginya.

F. Personalia Karya Kreatif

Penulis membuat karya berupa audio visual dengan ide memperlihatkan potensi dan suasana di Kota Indramayu berdurasi sekitar 2 – 3 Menit. Penulis akan mengupload karya tersebut di akun Youtube dan Instagram @creativeteenagers.

G. Metode Pembuatan Karya Kreatif

Karya Kreatif ini dibuat berdasarkan tahapan berikut :



Gambar 1.1 Tahapan Produksi

G.1. Pra Produksi

Persiapan yang dilakukan antara lain :

- a. Mengumpulkan informasi tentang Kota Indramayu
- b. Melakukan perekrutan crew
- c. Melakukan riset lokasi
- d. Membuat storyboard
- e. Membuat breakdown sheet
- f. Menyiapkan alat alat produksi (kamera, tripod, lighting, lensa)

G.2. Produksi

Alat yang digunakan :

- a. Kamera Sony A6000
- b. Kamera Canon M50
- c. Lensa Sony 35mm

- d. Lensa Sony 16 – 50mm
- e. Tripod
- f. Lighting yn300
- g. Peralatan Artistik

G.3. Pasca Produksi

Dalam tahap ini dilakukan memotong, mengatur, dan menggabungkan klip video menjadi urutan yang padu. Selain mengedit klip video, ada proses meliputi suara, penyesuaian volume, penghapusan noise, dan pendambahan efek suara. Setelah itu ada proses color grading yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual video dengan memanipulasi tingkat kecerahan, kontras, saturasi, dan tone warna secara keseluruhan. Lalu tahap akhir ada exporting video untuk mengonversi dan menyimpam proyek video yang telah diedit ke dalam format yang dapat diputar dan dibagikan.

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. Penegasan Judul

Laporan Karya Kreatif (KK) ini berjudul “Proses produksi iklan audio visual wonderful of indramayu”. Penulis sebagai penulis naskah, cameraman, dan editor bermaksud membahas proses – proses yang dilewati untuk membuat produksi iklan audio visual. Adapun penegasan judul dari KK ini adalah sebagai berikut :

Produksi iklan merupakan suatu bentuk pesan untuk menyampaikan, menarik perhatian, membujuk, dengan tujuan menginformasikan kepada masyarakat tentang suatu produk atau jasa tertentu.

Iklan audio visual adalah jenis iklan yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Jenis iklan ini banyak ditemukan di televisi dan bioskop. Pesan ini tidak hanya menampilkan audio visual berupa percakapan, tetapi juga terdapat teks di bagian bawah untuk menangkap pesan ajakan yang ingin di sampaikan dengan mudah.

Wonderful of indramayu memiliki tujuan penting yaitu untuk memperlihatkan kekayaan alam maupun budaya kota tersebut dengan pesan yang mudah ditangkap oleh audiens.

Secara keseluruhan memilih judul tersebut karena untuk mengangkat potensi – potensi Kota Indramayu dengan menggunakan konten sebagai alat bantu informasi kepada audiens yang dituju, oleh karena itu banyak konten digunakan untuk melakukan beberapa promosi. Jenis konten yang dibuat adalah audio visual.

B. Kerangka Konsep

Untuk menulis laporan akhir ini, penulis menggunakan beberapa kerangka teori. Berikut adalah beberapa kerangka teori yang digunakan oleh penulis, diantaranya:

B.1. Iklan Audio Visual

Iklan audiovisual adalah jenis iklan yang menggabungkan elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman pemasaran yang lebih kaya dan menarik. Dalam

iklan audiovisual, gambar dan suara bekerja sama untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Melalui kombinasi gerak, gambar, suara, dan narasi, iklan audiovisual dapat memaksimalkan pengaruhnya terhadap audiens. Manfaat utama iklan audiovisual adalah kemampuannya untuk menyampaikan pesan yang lebih lengkap dan memberikan pengalaman yang lebih berkesan. Iklan audiovisual dapat menciptakan suasana yang lebih hidup, menggambarkan penggunaan produk atau layanan dengan lebih jelas, dan menyampaikan pesan yang kuat melalui kombinasi elemen audio dan visual.

B.1.1 Media Audio Visual :

Media audio visual adalah jenis media yang selain mengandung unsur audio, juga mengandung unsur visual yang tampak seperti rekaman video, film segala ukuran, slide audio, dan lain-lain. Kreasi audio visual berikut meliputi:

a. Televisi

Televisi adalah media populer untuk iklan audio visual. Iklan televisi memadukan unsur visual dan audio dalam bentuk iklan pendek yang ditayangkan di antara program televisi.

b. Video daring

Platform streaming video seperti YouTube, Vimeo, dan lainnya menyediakan ruang untuk iklan audio visual. Iklan video online dapat muncul sebelum, selama, atau setelah video yang ditonton pengguna.

c. Iklan bioskop

Iklan audio visual ditampilkan sebelum rilis film di bioskop. Iklan bioskop menggunakan visual yang menarik dan suara yang berdampak untuk menjangkau audiens yang berkumpul di auditorium.

d. Media sosial

Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn menawarkan fitur periklanan yang memungkinkan pengguna menampilkan iklan audiovisual di feed atau story mereka.

Media periklanan audiovisual ini memungkinkan pengiklan untuk menyampaikan pesan mereka dengan cara yang lebih menarik dan dinamis melalui kombinasi visual yang kuat dan suara yang menarik. Dengan memanfaatkan elemen visual dan audio secara bersamaan, periklanan audiovisual dapat menciptakan pengalaman pemasaran yang kuat dan mengesankan bagi audiens.

B.2. Produksi Iklan Audio Visual

Iklan audiovisual adalah jenis iklan yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Jenis iklan ini ditemukan di televisi dan bioskop. Durasi program adalah salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan. Untuk iklan, durasi setiap iklan biasanya antara 15 sampai 45 detik. Untuk iklan informasi, seperti iklan layanan masyarakat, durasinya dapat berkisar antara 45 detik hingga lima menit, bergantung pada konten yang disajikan. Tujuan utama iklan adalah untuk membujuk dan menginformasikan pesan. Iklan tidak selalu bersifat komersial atau mencari keuntungan, karena iklan juga dapat digunakan sebagai sarana penyebaran informasi.

B.2.1. Tahapan Produksi

Langkah persiapan sebelum memulai proses produksi (fotografi atau perekaman video). Pada dasarnya tujuan praproduksi adalah mengatur segala sesuatu dalam produksi agar berjalan sesuai dengan ide dan menghasilkan karya video digital sesuai rencana diperlukan beberapa langkah, sebagai berikut:

a. Ide

Ide adalah pemikiran atau konsepsi bahwa pikiran dapat atau memang ada sebagai produk dari aktivitas mental. Sederhananya, ide dapat didefinisikan sebagai ide, rencana, pendapat, rencana atau metode. Oleh karena itu, membuat tayangan slide video adalah suatu keharusan.

b. Sinopsis

Sinopsis adalah sebuah ringkasan isi storyboard. Bentuk ringkasan biasanya singkat, padat, dan jelas dibandingkan dengan naskah

c. Naskah

Naskah merupakan teks yang berisi aturan dan plot dalam dialog (ditulis menurut aturan umum, normatif dan terpadu). Skrip in-progress perekaman video kali ini dilakukan secara berurutan presenter memahami detail presentasi yang akan disampaikan.

d. Shotlist

Langkah selanjutnya adalah menata naskah akhir menjadi daftar tabel yang jelas dan ringkas alias Daftar Tangkap. Daftar klip adalah daftar semua klip yang ingin Anda sertakan dalam film Anda. Daftar memungkinkan Anda untuk melihat footage berdasarkan lokasi dan latar (tidak harus dalam urutan cerita. Misalnya, adegan yang dimulai di supermarket, berpindah ke bank, dan berakhir di supermarket).

e. Storyboard

Storyboards Storyboard adalah serangkaian sketsa yang dibuat sebagai persegi panjang yang mengilustrasikan urutan (skenario) elemen yang diusulkan untuk memandu proses pengambilan gambar.

1. Produksi

Proses produksi dimulai dengan syuting video dengan naskah dan konsep yang sudah disiapkan dirancang dari bawah ke atas. Kemudian proses perekaman baik gambar maupun suara dibuat, dan semua elemen bekerja sama dalam proses manufaktur.

2. Pasca Produksi

Semua bahan produksi dikumpulkan untuk diproses. Misalnya, seorang juru masak membawa semua bahan dan bumbu ke dapur, untuk diolah sesuai resep yang tersedia. Berikut adalah beberapa fungsi dari langkah pengeditan video.

a. Editing

Pengeditan video adalah proses memindahkan dan mengatur video atau gambar yang direkam ke dalam bingkai menyenangkan yang baru direkam. Seringkali, pengeditan dikaitkan dengan proses pascaproduksi, seperti koreksi warna, pencampuran audio, dan perekaman video.

b. Dubbing

Dubbing merupakan faktor penting bagi keberhasilan sebuah serial TV, komersial atau serial TV nasional untuk mengirim pesan kepada publik. Untuk pasar Indonesia, tidak semua film diterjemahkan. Namun, masih sering kita jumpai stasiun televisi nasional menggunakan layanan dubbing untuk menyampaikan pesan dengan mudah kepada masyarakat, terutama anak-anak.

C. Camera Angle

Posisi kamera relatif terhadap subjek tertentu mempengaruhi makna dan pesan yang disampaikan. Berikut beberapa contoh sudut kamera:

a. *Bird eye*



Gambar 2.1 *Bird eye*

Pada teknik bird's eye view, posisi kamera berada di atas ketinggian subjek yang direkam. Tujuannya adalah untuk menampilkan objek yang ditangkap sehingga didokumentasikan secara luas.

b. *Low Angle*



Gambar 2.2 *Low angle*

Low Angle merupakan teknik yang digunakan untuk memotret subjek dari posisi yang lebih rendah. Umumnya, teknik pemotretan ini digunakan untuk menciptakan kesan yang bertahan lama apabila subjeknya adalah manusia.

c. *High Angle*



Gambar 2.3 *High Angle*

High Angle adalah teknik pemotretan yang membuat subjek yang dihasilkan tampak lebih kecil dan buram. Ketika menggunakan teknik ini, fotografer harus lebih tinggi dari subjek atau memotret dari atas, sehingga kamera juga harus menghadap ke bawah dengan posisi miring.

d. *Eye level*



Gambar 2.4 *Eye level*

Sudut pandang yang diterapkan dengan teknik ini menyesuaikan dengan sudut pandang mata manusia pada umumnya. Untuk menggunakan teknik Eye-Level Angle, sudut kamera adalah dimana tinggi kamera sejajar dengan mata subjek yang ingin difoto. Ini akan menjadi cara yang sama seperti mata manusia memandang objek yang dilihatnya. Umumnya teknik ini digunakan untuk membuat foto terlihat nyata dan nyata sehingga terlihat lebih natural dari penglihatan manusia.

e. *Frog eye*



Gambar 2.5 *Frog eye*

Frog Eye View juga menyesuaikan bagaimana katak melihat suatu objek. Teknik ini digunakan untuk memberi kesan bahwa objek tampak lebih besar dari sekelilingnya. Untuk menggunakan teknik ini, kamera bisa diletakkan langsung di atas tanah, sehingga kamera diletakkan secara horizontal di bawah subjek. Akibatnya, fotografer terkadang harus mengadopsi posisi tengkurap di tanah untuk membantu menangkap subjek.

f. *Extreme Long Shot*



Gambar 2.6 *Extreme long shot*

Teknik menembak jarak jauh terbaik. Teknik ini membutuhkan keahlian yang lebih mendetail dari pihak fotografer, karena mereka harus mampu membuat subjek menyatu lebih dekat dengan area sekitarnya sehingga subjek dapat lebih menonjol dan tidak berada di latar belakang.

g. *Long shot*



Gambar 2.7 *Long shot*

Long Shot adalah teknik yang digunakan untuk menyampaikan interaksi antara area sekitar dan objek yang ada. Secara umum, teknik ini membuat area di sekitarnya menjadi lebih sempit dan subjek tampak lebih besar. Telefoto dilakukan dengan memotret subjek dari jarak jauh, dan jika Anda ingin menangkap beberapa subjek manusia, seluruh tubuh akan ditampilkan.

D. Pengertian Editing

Editing berasal dari kata bahasa Inggris edit yang berarti membaca, menyunting dan menyiapkan naskah untuk diterbitkan. Tunjukkan jika perakitan tersedia diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia untuk diedit. Penerbit disebut editor (dalam bahasa Inggris) dan editor (dalam bahasa Indonesia). Sedangkan mode pemrosesan disebut dimodifikasi.

Pengeditan umum menurut (Goodman dan McGrath, 2003:5) diartikan sebagai kegiatan pengumpulan, penyiapan, dan pengorganisasian bahan publikasi. Pengeditan juga memperbaiki, menghapus, atau mengurangi konten video yang diedit. Definisi ini masih merupakan definisi umum karena belum dapat ditentukan untuk iklan video. Secara khusus, editing berarti proses pengumpulan, pengorganisasian, dan perakitan semua dokumen menjadi satu kesatuan yang dapat bercerita melalui gambar dan suara. Elemen-elemen di atas didefinisikan sebagai rekaman, foto, ilustrasi, animasi, judul, suara, musik, dan elemen lain yang mungkin ada dalam gambar bergerak. (Rubin 2000:130) juga menyebutkan bahwa saat mengambil foto merekam waktu, retouching adalah manipulasi waktu.

D.1. Software Editing

Selama proses pengeditan, editor akan menambahkan berbagai efek dan menyisipkan transisi agar video lebih menarik untuk ditonton. Untuk dapat menghasilkan video promosi yang menarik maka diperlukan software editing yang berbeda-beda, berikut beberapa software editing yang penulis gunakan dalam proses editing iklan digital :

D.1. Adobe Premiere CC



Gambar 2.8 Adobe Premiere CC

Adobe Premiere Pro CC 2017 adalah perangkat lunak pengeditan video. Keunggulan dari Adobe Premiere Pro CC 2017 adalah dapat menerima hampir semua ekstensi video, seperti avi, mov, wmv dan lain-lain.

D.2. Adobe Audition CC



Gambar 2.9 Adobe Audition CC

Adobe Audition adalah rekaman digital multi-track sebagai editor dan mixer dengan fasilitas pemrosesan audio atau audio. Dengan aplikasi Adobe Audition, pengguna dapat merekam audio, mengubah kualitas suara, menambahkan efek suara yang berbeda, menggabungkan trek audio yang berbeda menjadi satu trek, dan menyimpan proyek dalam format berbeda dalam bentuk berbeda.

E. Camera Movement

Teknik pergerakan kamera berguna untuk menciptakan efek dramatis pada video/film. Selain efek dramatis, pergerakan kamera juga membuat video lebih hidup, selain itu juga bisa digunakan untuk menarik perhatian penonton ke objek tertentu. Memindahkan kamera selama adegan film harus untuk alasan yang jelas, yang berarti tidak ada bidikan yang tidak perlu dan hanya memperpanjang durasi film. Berikut adalah 8 teknik gerakan:

E.1. Zoom

Gambar yang dihasilkan dari gerakan ini adalah kamera mendekati objek (Zoom in) atau objek seolah-olah menjauh (Zoom out).

E.2. Dolly

Teknik ini bertujuan untuk mendekatkan atau menjauhi subjek dengan menggerakkan kamera pada tripod atau dolly. Teknik ini seringkali lebih baik dalam membuat kamera terlihat seperti mata penonton, gerakan kamera dapat menggambarkan gerakan mata penonton seolah-olah sedang ditarik ke dalam film.

E.3. Panning

Pan/Panning adalah menggerakkan kamera menoleh kekiri (Pan left) dan kekanan (Pan right). Gerakan panning ini bisa juga digunakan untuk pengambilan gambar pada obyek yang tak bergerak, misalkan kondisi ruangan, foto-foto yang berjajar di dinding, suasana kota atau yang lainnya. Bisa juga gerakan panning ini digunakan untuk transisi antara dua shot.

E.4. Crab

Crab merupakan gerakan kamera horizontal atau horizontal yang sejajar dengan subjek yang bergerak. Mirip dengan tracking photography, perbedaannya hanya pada arah pergerakan kamera. Jika Dolly bergerak maju mundur, kepiting ini telah bergerak ke kiri (Crab kiri) dan kanan (Crab kanan).

E.5. Tilt

Tilt merupakan gerakan kamera secara vertikal, bergerak ke atas (tilt up) atau sebaliknya ke atas dan ke bawah (tilt down).

E.6. Pedestal (Ped)

Pedestal adalah kamera yang diletakkan di atas alas yang dapat dinaikkan dan diturunkan. Sekarang banyak digunakan Portal-Jip Traveler. Pedestal Up adalah istilah yang digunakan untuk gerakan kamera yang dinaikkan, sedangkan Pedestal Down adalah gerakan kamera yang diturunkan.

E.7. Arc

Teknik Motion Arc merupakan gerakan kamera mengelilingi subjek dari kiri ke kanan atau sebaliknya.

E.8. Follow

Tracking merupakan pergerakan kamera mengikuti subjek yang bergerak, baik dengan panning, tilting, pedaling. Biasanya membutuhkan alat track untuk menghasilkan hasil yang lebih baik atau bisa dilakukan dengan alat tangan.

F. Teknik Pengambilan Drone

Drone dipilih karena keserbagunaan dan kemampuannya. Drone sangat serbaguna karena desain perangkatnya sederhana dan nyaman digunakan. Dari segi kemampuan sudah tidak diragukan lagi karena perangkat canggih ini mampu mengambil gambar atau merekam video dari berbagai sudut dan jarak yang tidak terbatas.

Meskipun drone telah dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mengambil foto yang indah dan berkualitas tinggi, tetap diperlukan teknik khusus agar drone dapat berfungsi optimal saat melakukan pekerjaan film. Sedangkan selain peralatan canggih, Anda juga membutuhkan pilot yang mahir dalam teknik perekaman video. Berikut Teknik pengambilan drone :

F.1. Terbang Lambat dan Stabil

Aerial fotografi dan videografi, umumnya dikenal sebagai foto udara, pada awalnya dilakukan oleh helikopter atau pesawat besar. Teknik yang umum digunakan adalah menerbangkan helikopter dengan kecepatan rendah dan stabil. Cara ini akan memberikan nuansa sinematik pada video sehingga Anda bisa menerapkannya pada pembuatan film drone. Menerbangkan drone secara perlahan dan mantap karena drone yang terlalu cepat akan menyebabkan kamera berguncang tidak stabil. Jika kamera tidak stabil, hasil pemotretan akan salah.

F.2. Kombinasi Gerakan

Aerial shot cenderung menangkap gambar yang tidak stabil jika hanya ada satu gerakan drone, seperti hanya maju, hanya mundur atau hanya menyamping tanpa ada variasi gerakan lainnya. Untuk memberi kedalaman pada video, lebih baik menggabungkan dua atau lebih gerakan sekaligus. Misalnya, coba menerbangkan drone ke atas sambil membuatnya bergerak maju. Atau coba variasi side flight sambil bergerak mundur. Segala jenis gerakan yang digabungkan dapat menciptakan efek visual yang lebih hidup dan sinematik.

F.3. Teknik Orbit

Teknik terbang mengelilingi objek untuk mendapatkan nuansa sinematik yang indah. Cobalah menerbangkan drone di sekitar area di mana subjek utama video berada di tengah porosnya. Saat drone mengorbit subjek, arahkan kamera ke tengah untuk hasil yang lebih menarik. Anda dapat melakukan ini secara manual dengan memutar tongkat kendali drone. Lintasan manual sulit dilakukan karena Anda harus berhati-hati agar kamera tetap stabil. Drone terbaru sering dilengkapi dengan fitur mode penerbangan "Point of Interest" yang memudahkan untuk menempatkan drone ke orbit otonom. Pergerakan lebih halus dan stabil karena Anda dapat mengatur radius dan ketinggian.

F.4. Perhatikan Frame Rate

Gunakan frame rate 24fps untuk efek video sinematik. Anda juga dapat mempertimbangkan bitrate lain seperti 60fps atau bahkan 120fps. Jika ingin menggunakan kedua kecepatan tersebut, Anda bisa membuat video dengan efek slow motion.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari yang telah dijelaskan dalam laporan misi akhir Wonderful of Indramayu tentang proses produksi audiovisual, penulis sebagai sinematografer dan penulis naskah menjalani serangkaian alur kerja pembuatan video dari pra produksi, dari produksi hingga pasca produksi. Dalam produksi tersebut harus memperkenalkan lokasi yang diambil agar audiens mengetahui lokasi dan dapat memperkuat informasi dalam visual tersebut. Selain itu, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dalam proses pembuatan sebuah video, pra produksi harus mencapai 70%, sisanya produksi dan pasca produksi. Karena pra produksi membutuhkan perencanaan yang lebih matang agar produksi berjalan lancar.
- b. Kerjasama tim sangat mempengaruhi hasil akhir suatu produksi. Oleh karena itu, sutradara dan sinematografer harus selektif dalam memilih sudut terbaik untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- c. Cameraman mempunyai hak untuk merubah angle gambar karena Ketika di tempat produksi menemukan angle yang bagus cameraman bisa memakai angle tersebut.

B. Saran

1. Bagi Masyarakat Indramayu

Masyarakat Indramayu agar terus mempublikasikan potensi – potensi yang dimiliki oleh wilayahnya agar masyarakat yang diluar indramayu banyak mengetahui tentang Kota Indramayu tersebut.

2. Bagi Penulis

Bagi Penulis pandai melihat situasi untuk penelitian supaya apa yang diharapkan sesuai dengan yang terjadi pada Masyarakat, kemudian penulis harus mempunyai plan B jika lokasi yang dipilih sejak awal terjadi kendala dalam tahap produksi agar tidak membuang buang waktu