

VIDEO KREATIF DENGAN: CARA MUDAH BIKIN KONTEN POSITIF

Ahmad Furqan, S.Pd | Aptri Novadianis, S.Kom
Asyarizka Putri, S.Pd | Cindi Amelia, S.Pd
Devica Agesty, S.Pd | Fahmi Latifah, S.Pd
Fahril Hadi, S.T | Fira Anjelina, S.Pd
Hadi Kurnia Saputra, S.Pd., M.Kom



Buku ini adalah panduan praktis untuk membuat konten video kreatif menggunakan smartphone. Dalam era digital, video menjadi media komunikasi yang efektif untuk edukasi, hiburan, dan pemasaran. Dengan peralatan sederhana seperti HP, tripod, dan mikrofon, siapa pun dapat menghasilkan video berkualitas. Pembaca diajak memahami jenis-jenis konten positif serta teknik dasar perekaman, seperti pengambilan gambar yang stabil, pencahayaan yang baik, dan sudut kamera yang menarik. Selain itu, buku ini juga membahas cara merekam suara dengan jernih agar kualitas audio mendukung tampilan visual.

Proses pengeditan dijelaskan secara detail menggunakan aplikasi CapCut, mulai dari pemotongan klip, penambahan teks, efek, filter, hingga transisi. Pemilihan musik dan suara latar turut dibahas untuk menciptakan atmosfer yang sesuai. Selain itu, buku ini mengajarkan teknik storytelling, penyesuaian durasi untuk berbagai platform, dan pengaturan ekspor video yang optimal. Tak hanya itu, strategi pemasaran digital, pemanfaatan algoritma media sosial, dan teknik viral marketing juga dibahas untuk membantu pembuat konten menjangkau lebih banyak audiens.

UNP PRESS

VIDEO KREATIF DENGAN:
CARA MUDAH BIKIN KONTEN POSITIF

Ahmad Furqan, S.Pd | Aptri Novadianis, S.Kom | Asyarizka Putri, S.Pd
Asyarizka Putri, S.Pd | Cindi Amelia, S.Pd | Fahmi Latifah, S.Pd
Fahril Hadi, S.T | Fira Anjelina, S.Pd | Hadi Kurnia Saputra, S.Pd., M.Kom



PENERBITAN & PERCETAKAN UNP PRESS
Jln. Prof. Dr. Hamka Air Tawar Padang
Sumatera Barat



VIDEO KREATIF DIGENGAMAN : CARA MUDAH BIKIN KONTEN POSITIF



Penerbitan & Percetakan
UNP PRESS

Ahmad Furqan, S.Pd | Aptri Novadianis, S.Kom
Asyarizka Putri, S.Pd | Cindi Amelia, S.Pd
Devica Agesty, S.Pd | Fahmi Latifah, S.Pd
Fahril Hadi, S.T | Fira Anjelina, S.Pd
Hadi Kurnia Saputra, S.Pd., M.Kom

DUMMY

Penerbitan & Percetakan

**VIDEO KREATIF DI GENGAMAN:
CARA MUDAH BIKIN KONTEN POSITIF**

**Ahmad Furqan, S.Pd., Aptri Novadianis, S.Kom., Asyarizka
Putri, S.Pd., Cindi Amelia, S.Pd., Devica Agesty, S.Pd., Fahmi
Latifah, S.Pd., Fahril Hadi, S.T., Fira Anjelina S.Pd.,
Hadi Kurnia Saputra, S.Pd, M.Kom.**

DUMMY

Penerbitan & Percetakan

UNP PRESS

DUMMY

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NO 19 TAHUN 2002

TENTANG HAK CIPTA

PASAL 72

KETENTUAN PIDANA SANGSI PELANGGARAN

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu Ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan denda paling sedikit Rp 1.000.000, 00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan denda paling banyak Rp 5.000.000.000, 00 (lima milyar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 500.000.000, 00 (lima ratus juta rupiah).

DUMMY

Penerbitan & Percetakan

UNP PRESS

VIDEO KREATIF DI GENGAMAN: CARA MUDAH BIKIN KONTEN POSITIF

DUMMY

Penerbitan & Percetakan

UNP PRESS

**Ahmad Furqan, S.Pd., Aptri Novadianis, S.Kom., Asyarizka
Putri, S.Pd., Cindi Amelia, S.Pd., Devica Agesty, S.Pd., Fahmi
Latifah, S.Pd., Fahril Hadi, S.T., Fira Anjelina S.Pd.,
Hadi Kurnia Saputra, S.Pd, M.Kom.**

DUMMY

Penerbitan & Percetakan

UNP PRESS



2025

**VIDEO KREATIF DI GENGAMAN: CARA MUDAH BIKIN
KONTEN POSITIF**

editor, Tim editor UNP Press
Penerbit UNP Press, Padang, 2025
1 (satu) jilid; 17.6 x 25 cm (B5)
Jumlah Halaman x + 123 Halaman Buku



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang pada penulis
Hak penerbitan pada UNP Press

Penyusun: Ahmad Furqan, S.Pd., Aptri Novadianis, S.Kom. , Asyarizka Putri,
S.Pd. , Cindi Amelia, S.Pd. , Devica Agesty, S.Pd. , Fahmi Latifah, S.Pd. ,
Fahril Hadi, S.T. , Fira Anjelina S.Pd. , Hadi Kurnia Saputra, S.Pd, M.Kom.

Editor Substansi: TIM UNP Press

Editor Bahasa: Prof. Dr. Harris Effendi Thahar, M.Pd.
Desain Sampul & Layout: Ridha Prima Adri, M. I.Kom.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan kesempatan sehingga buku "Video Kreatif di Genggaman: Cara Mudah Bikin Konten Positif" ini dapat tersusun dengan baik. Buku ini hadir sebagai panduan praktis bagi siapa saja yang ingin membuat konten video kreatif dengan mudah dan menyenangkan. Di era digital saat ini, video telah menjadi media komunikasi yang sangat efektif, baik untuk berbagi cerita, menyampaikan edukasi, hingga membangun personal branding. Dengan kemajuan teknologi, kini siapa pun dapat membuat video berkualitas hanya dengan perangkat genggam.

Melalui buku ini, pembaca akan dipandu langkah demi langkah dalam menggunakan aplikasi CapCut, mulai dari dasar hingga teknik editing yang lebih kreatif. Harapannya, buku ini dapat membantu pembaca untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga membawa dampak positif bagi banyak orang. Kami menyadari bahwa tidak ada karya yang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan buku ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca dalam menciptakan konten-konten kreatif yang positif. Selamat berkarya dan teruslah mengembangkan kreativitas.

Padang, 27 Maret 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR GAMBAR	VIII
BAB 1. MEMULAI PERJALANAN KONTEN KREATIF	1
A. MEMULAI PERJALANAN KONTEN KREATIF	1
B. MENGENAL JENIS-JENIS KONTEN POSITIF	2
C. MENYIAPKAN PERALATAN (HP, TRIPOD, MIC, DLL.)	5
BAB 2. DASAR-DASAR PEREKAMAN VIDEO DI HP	8
A. TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR YANG STABIL	8
B. KOMPOSISI DAN PENCAHAYAAN YANG BAIK	14
C. SUDUT PENGAMBILAN GAMBAR YANG MENARIK	30
D. TIPS MEREKAM SUARA YANG JERNIH	32
BAB 3. MENGEDIT VIDEO DENGAN CAPCUT	34
A. MENGENAL TAMPILAN DAN FITUR CAPCUT	34
B. MEMOTONG DAN MENYUSUN KLIP VIDEO	36
C. MENAMBAHKAN TEKS DAN STIKER	44
D. MENGGUNAKAN EFEK DAN FILTER UNTUK MENARIK PERHATIAN	50
E. MENERAPKAN TRANSISI YANG HALUS	60
F. MENYESUAIKAN MUSIK DAN SUARA LATAR	65
BAB 4. MENYEMPURNAKAN VIDEO SEBELUM DIPUBLIKASIKAN	69
A. MENYESUAIKAN DURASI VIDEO UNTUK PLATFORM YANG BERBEDA	69

B. MENYUSUN NARASI YANG MENARIK.....	74
C. TEKNIK STORYTELLING UNTUK KONTEN POSITIF	80
D. MENJAGA KUALITAS VIDEO SAAT EKSPOR	85
E. CARA EKSPOR VIDEO DI CAPCUT	90
BAB 5. STRATEGI PUBLIKASI DAN PROMOSI KONTEN..	94
A. PENDAHULUAN.....	94
B. PEMASARAN.....	96
C. PEMASARAN DIGITAL.....	97
D. VIRAL MARKETING.....	97
E. MEDIA SOSIAL	98
F. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL	99
G. KESIMPULAN.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
GLOSARIUM.....	117
INDEKS	119
TENTANG PENULIS	120



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Mode Grid di Handphone.....	9
Gambar 2. Tripod.....	10
Gambar 3. Monopod.....	10
Gambar 4. Gimbal.....	11
Gambar 5. Grip/Handle.....	11
Gambar 6. Phone Strap.....	11
Gambar 7. Zoom Out (Kiri), Zoom In (Kanan).....	12
Gambar 8. Ilustrasi Tilting dan Panning.....	13
Gambar 9. Ilustrasi Dolly Shot.....	13
Gambar 10. Ilustrasi Penerapan Rule Of Thirds.....	16
Gambar 11. Ilustrasi Penerapan Framing.....	17
Gambar 12. Keseimbangan Visual Simetris.....	18
Gambar 13. Keseimbangan Visual Asimetris.....	18
Gambar 14. Ilustrasi Penggunaan Cahaya Campuran Dengan Bantuan Reflektor.....	21
Gambar 15. Ilustrasi Penggunaan Cahaya Campuran Dengan Bantuan Reflektor.....	24
Gambar 16. Ilustrasi Foto Dengan Cahaya Depan (<i>Front Light</i>).....	25
Gambar 17. Ilustrasi Gambar Dengan Cahaya Samping (<i>Side Light</i>)	26
Gambar 18. Ilustrasi Gambar Dengan Oval Light.....	26
Gambar 19. Ilustrasi Gambar Dengan Rim Light.....	27
Gambar 20. Ilustrasi Gambar Dengan Backlight.....	27
Gambar 21. Ilustrasi Gambar Dengan Top Light.....	28

Gambar 22. Ilustrasi Gambar Dengan Ray Of Light	28
Gambar 23. Ilustrasi Bird Eye Level.....	30
Gambar 24. Ilustrasi Eye Level.....	31
Gambar 25. Ilustrasi Low Angle.....	31
Gambar 26. Ilustrasi frog eye.....	32
Gambar 27. New Project.....	34
Gambar 28. Menambahkan Text.....	44
Gambar 29. Menu Teks.....	45
Gambar 30. Tambah Teks.....	45
Gambar 31. Edit Gaya dan Warna Teks.....	46
Gambar 32. Menambahkan Teks	47
Gambar 33. Menambahkan Logo Stiker	49
Gambar 34. Menambahkan logo	50
Gambar 35. Menambah Filter	51
Gambar 36. Import File.....	52
Gambar 37. Menambah efek dan Filter.....	52
Gambar 38. Tampilan Efek.....	53
Gambar 39. Ekspor Video.....	54
Gambar 40. Filter Kehidupan.....	55
Gambar 41. Filter Gaya.....	56
Gambar 42. Mono Filter.....	57
Gambar 43. Filter Retro	58
Gambar 44. Film Filter.....	58
Gambar 45. Transisi di CapCut.....	61



BAB 1

MEMULAI PERJALANAN KONTEN KREATIF

A. Memulai Perjalanan Konten Kreatif

Dalam dunia digital yang semakin berkembang, pembuatan video kreatif menjadi salah satu strategi utama dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Video yang menarik tidak hanya bergantung pada kualitas visual semata, tetapi juga pada kejelasan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, sebelum memulai produksi video, penting bagi pembuat konten untuk menetapkan tujuan yang jelas agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

Menurut Nasrullah (2017), konten digital yang sukses adalah konten yang memiliki tujuan yang jelas dan mampu menjangkau target audiens dengan strategi komunikasi yang tepat. Tujuan ini dapat beragam, mulai dari edukasi, hiburan, pemasaran, hingga dokumentasi. Dengan memahami tujuan sejak awal, pembuat video dapat menentukan pendekatan yang sesuai dalam menyusun konsep dan strategi komunikasi yang efektif.

Selain memiliki tujuan yang jelas, penelitian yang dilakukan oleh Suryadi (2020) menunjukkan bahwa video yang menarik umumnya mengandung elemen storytelling yang kuat, visual yang estetik, serta relevansi yang tinggi dengan audiens yang dituju. Storytelling yang baik memungkinkan penonton untuk terhubung secara emosional dengan konten yang disajikan, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan diingat.

Dalam perencanaan konsep video, pembuat konten harus merancang alur cerita yang sistematis sebelum memasuki tahap produksi. Hal ini mencakup penyusunan skrip, pemilihan visual yang sesuai, serta perencanaan teknik pengambilan gambar yang mendukung narasi yang ingin disampaikan. Dengan perencanaan yang matang, proses produksi akan berjalan lebih efisien, dan hasil akhirnya dapat lebih menarik serta memiliki dampak yang lebih besar terhadap audiens.

Selain itu, keberhasilan sebuah video juga bergantung pada bagaimana strategi distribusinya. Memilih platform yang tepat untuk menyebarkan video sangat penting agar dapat menjangkau audiens yang relevan. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memiliki karakteristik pengguna yang berbeda-beda, sehingga strategi distribusi harus disesuaikan dengan kebiasaan dan preferensi audiens di masing-masing platform.

Dengan memahami pentingnya tujuan, storytelling, dan strategi distribusi yang tepat, pembuat konten dapat menghasilkan video yang lebih efektif dan mampu memberikan dampak yang maksimal. Oleh karena itu, dalam setiap tahap pembuatan video, mulai dari perencanaan hingga publikasi, setiap elemen harus dipikirkan secara strategis agar konten yang dihasilkan dapat memberikan nilai lebih bagi audiens.

B. Mengenal Jenis-Jenis Konten Positif

Dalam era digital yang semakin berkembang, konten yang disajikan di berbagai platform memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pembuat konten untuk memahami dan menciptakan konten positif, yaitu jenis konten yang memberikan manfaat bagi audiens dalam berbagai aspek, seperti edukasi, motivasi, dan hiburan yang membangun. Konten positif tidak hanya membantu meningkatkan literasi digital, tetapi juga dapat membentuk pola pikir yang lebih produktif dan inspiratif di kalangan masyarakat.

Menurut penelitian dari Hidayat dan Setiawan (2021), penyebaran konten positif memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas informasi yang dikonsumsi oleh pengguna media sosial. Dengan meningkatnya akses terhadap konten yang mendidik dan menginspirasi, masyarakat dapat lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sumber pembelajaran dan pengembangan diri. Selain itu, konten positif juga berperan dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat, mengurangi penyebaran hoaks, dan meningkatkan interaksi yang lebih bermakna di media sosial.

Berikut adalah beberapa jenis konten positif yang sering digunakan dalam video kreatif:

1. Video Edukasi

Video edukasi bertujuan untuk memberikan informasi, wawasan, dan keterampilan baru kepada audiens. Jenis konten ini sangat efektif dalam membantu proses pembelajaran, baik secara formal maupun informal. Dengan kemasan yang menarik dan informatif, video edukasi dapat menjadi alternatif media pembelajaran yang lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Contoh video edukasi meliputi tutorial keterampilan, kursus online, penjelasan ilmiah dengan cara sederhana, serta eksperimen sains. Selain itu, video edukasi juga dapat berbentuk penjelasan tentang suatu konsep yang kompleks agar lebih mudah dimengerti oleh audiens, seperti penjelasan tentang teknologi, ekonomi, atau sejarah.

2. Konten Motivasi dan Inspirasi

Konten motivasi dan inspirasi bertujuan untuk membangkitkan semangat dan memberikan dorongan positif kepada penonton. Jenis konten ini sering kali mengandung kisah-kisah inspiratif, nasihat dari tokoh sukses, serta panduan untuk mencapai tujuan hidup. Kisah sukses seseorang yang telah melewati berbagai tantangan sering kali menjadi sumber inspirasi bagi banyak orang. Selain itu, video yang membahas pengembangan diri, seperti cara meningkatkan produktivitas, membangun kebiasaan positif, serta mengatasi kegagalan, juga menjadi bagian dari konten inspiratif yang bermanfaat.

3. Konten Hiburan yang Mendidik

Hiburan juga bisa menjadi sarana pembelajaran jika dikemas dengan baik. Beberapa contoh konten hiburan yang memiliki nilai edukatif adalah animasi edukatif, vlog perjalanan budaya, dan seni yang mengandung pesan moral. Video animasi yang mengajarkan nilai-nilai kehidupan atau dokumentasi perjalanan yang mengeksplorasi budaya lokal dapat menjadi sarana edukasi yang menarik bagi berbagai kelompok usia. Konten ini juga sering

digunakan dalam kampanye sosial untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menyenangkan dan mudah dipahami.

4. Dokumentasi Kegiatan Sosial atau Budaya

Konten ini menampilkan berbagai kegiatan sosial atau budaya yang dapat menginspirasi audiens untuk lebih peduli terhadap lingkungan sekitar. Dokumentasi seperti liputan acara sosial, pelestarian tradisi lokal, atau proyek sosial dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang bermanfaat. Misalnya, video tentang kegiatan relawan di daerah terpencil, dokumentasi festival budaya, atau proyek lingkungan yang melibatkan komunitas lokal.

5. Konten Kesehatan dan Gaya Hidup

Kesehatan dan kesejahteraan mental menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Konten yang membahas topik ini dapat membantu audiens menjalani gaya hidup yang lebih sehat dan seimbang. Video yang memberikan tips kesehatan, seperti pola makan sehat, rutinitas olahraga, serta cara menjaga kebugaran tubuh, dapat memberikan manfaat langsung bagi penonton. Selain itu, konten yang membahas manajemen stres, kesehatan mental, serta cara mengatur waktu dengan lebih efektif juga semakin banyak diminati, terutama di era digital yang serba cepat.

6. Konten Lingkungan dan Keberlanjutan

Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan semakin meningkat, sehingga banyak kreator yang mulai membuat konten yang berfokus pada keberlanjutan dan pelestarian alam. Konten ini bertujuan untuk mengedukasi dan mengajak audiens agar lebih peduli terhadap lingkungan. Beberapa contoh konten lingkungan dan keberlanjutan meliputi kampanye peduli lingkungan, tutorial daur ulang barang bekas, serta dokumentasi upaya konservasi alam. Video yang mengangkat isu lingkungan dengan cara yang menarik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong mereka untuk ikut serta dalam upaya pelestarian lingkungan.

Menurut Wahyuni (2019), konten positif yang dikemas dengan menarik memiliki peluang lebih besar untuk menjadi viral di media sosial. Hal ini terutama berlaku jika strategi penyampaian yang digunakan sesuai dengan karakteristik platform digital yang digunakan. Misalnya, video singkat dengan tampilan visual yang menarik lebih efektif di TikTok dan Instagram, sementara video dengan narasi mendalam lebih cocok untuk YouTube dan Facebook.

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dalam pembuatan konten positif, pembuat konten dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih inspiratif dan edukatif. Selain memberikan manfaat bagi audiens, konten positif juga dapat membangun citra yang baik bagi kreator serta membuka peluang untuk kolaborasi dengan berbagai pihak dalam upaya menciptakan dampak sosial yang lebih luas.

C. Menyiapkan Peralatan (HP, Tripod, Mic, dll.)

Dalam produksi video kreatif, kualitas visual dan audio memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian audiens serta memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Video yang berkualitas tinggi tidak hanya lebih menarik secara estetika, tetapi juga lebih efektif dalam meningkatkan engagement audiens. Menurut penelitian dari Prasetyo (2021), faktor teknis seperti pencahayaan yang baik, kualitas suara yang jernih, serta kestabilan gambar dapat meningkatkan durasi tontonan dan respons positif dari audiens.

Seiring dengan kemajuan teknologi, saat ini siapa pun dapat membuat video berkualitas menggunakan perangkat yang relatif terjangkau. Namun, untuk menghasilkan konten yang lebih profesional, ada beberapa peralatan utama yang perlu disiapkan dalam produksi video, antara lain:

1. Smartphone atau Kamera

Perangkat utama dalam pembuatan video adalah kamera atau smartphone yang memiliki resolusi tinggi. Saat ini, banyak smartphone yang sudah dilengkapi dengan fitur kamera canggih,

seperti stabilisasi gambar (OIS), perekaman dalam resolusi 4K, dan mode malam yang dapat membantu menghasilkan video berkualitas tanpa memerlukan perangkat mahal. Jika menggunakan kamera profesional seperti DSLR atau mirrorless, hasil yang didapatkan bisa lebih optimal, terutama dalam hal kedalaman warna dan kontrol manual yang lebih luas.

2. Tripod atau Gimbal

Kestabilan gambar sangat mempengaruhi kualitas video. Tripod adalah alat yang berguna untuk menjaga agar kamera tetap stabil saat merekam, terutama untuk video yang membutuhkan posisi tetap seperti wawancara atau tutorial. Sementara itu, gimbal adalah perangkat stabilizer yang berguna untuk merekam video saat bergerak, seperti vlog perjalanan atau aksi dinamis. Dengan menggunakan gimbal, hasil rekaman akan terlihat lebih halus tanpa efek guncangan yang mengganggu.

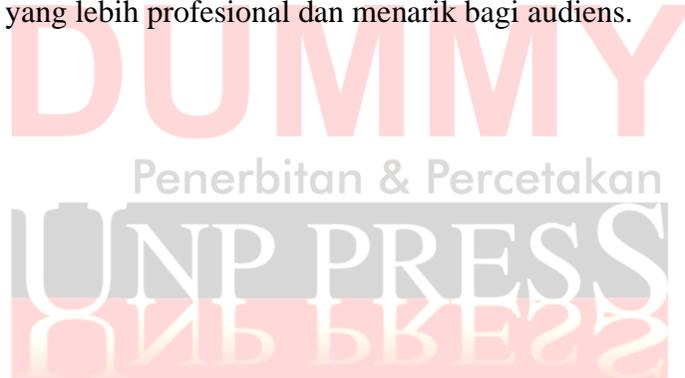
3. Mikrofon Eksternal

Kualitas audio sering kali lebih berpengaruh terhadap pengalaman menonton dibandingkan kualitas visual. Menurut penelitian dari Santoso dan Rahayu (2022), penonton lebih cenderung meninggalkan video dengan suara yang buruk meskipun kualitas gambarnya bagus. Oleh karena itu, penggunaan mikrofon eksternal sangat disarankan untuk mendapatkan suara yang lebih jernih dan bebas dari noise.

4. Lampu Tambahan

Pencahayaan yang baik sangat penting untuk menghasilkan video yang jelas dan menarik. Jika merekam di luar ruangan pada siang hari, cahaya alami dapat dimanfaatkan. Namun, untuk kondisi pencahayaan yang kurang, lampu tambahan seperti ring light, softbox, atau LED panel dapat digunakan untuk memberikan pencahayaan yang lebih optimal. Penggunaan lampu yang tepat dapat mengurangi bayangan yang tidak diinginkan serta membuat objek terlihat lebih profesional di depan kamera.

Dalam pembuatan video kreatif, kombinasi antara peralatan yang tepat dan teknik yang baik akan sangat berpengaruh terhadap hasil akhir. Meskipun saat ini banyak smartphone yang memiliki fitur canggih, penggunaan alat tambahan seperti tripod, mikrofon eksternal, dan lampu tetap diperlukan untuk meningkatkan kualitas video. Selain itu, memahami cara kerja dan fungsi masing-masing perangkat akan membantu pembuat konten dalam menghasilkan video yang lebih profesional dan menarik bagi audiens.



BAB 2

DASAR-DASAR PEREKAMAN VIDEO DI HP

A. Teknik Pengambilan Gambar yang Stabil

Penggunaan media sosial saat ini membuat siapa saja dapat membuat konten video. Pembuatan video tidak harus menggunakan perangkat yang lengkap dan mahal, cukup menggunakan kamera handphone kita dapat membuat video. Dalam dunia fotografi dan videografi, stabilitas gambar merupakan faktor penting yang menentukan kualitas hasil akhir. Pengambilan gambar yang tidak stabil dapat menyebabkan hasil yang buram atau goyang (shaky), sehingga mengurangi estetika dan profesionalisme karya tersebut. Agar hasil video yang dihasilkan bagus dan nampak seperti professional, maka perlu diperhatikan Teknik pengambilan gambar pada saat merekam video.

Teknik pengambilan gambar merujuk pada metode yang digunakan untuk menangkap objek dengan kamera. Berbagai teknik ini tidak hanya berfokus pada komposisi visual tetapi juga pada cara kamera bergerak dan stabilitas selama pengambilan gambar. Stabilitas sangat penting untuk menghindari gambar yang buram atau goyang, terutama dalam situasi dinamis. Teknik pengambilan gambar yang stabil dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mengaktifkan stabilizer

Hal yang paling penting dalam merekam video adalah kestabilan gambar yang dihasilkan. Bila video yang dihasilkan memiliki gambar yang jernih namun terlalu goyang tentu akan mengurangi kualitas video dan mengganggu kenyamanan penonton dalam melihat video. Hal ini menyebabkan penonton tidak dapat menangkap nilai seni maupun informasi yang terdapat pada video. Oleh karena itu, pastikan handphone yang digunakan untuk merekam video sudah memiliki fitur stabilizer. Dengan begitu, guncangan yang terjadi saat perekaman dapat dikurangi sehingga video yang dihasilkan menjadi lebih stabil.

2. Mengatur White Balance

White Balance digunakan agar video tidak berwarna terlalu kuning atau kebiruan, sehingga menghasilkan warna real seperti yang terlihat oleh mata kita. Biasanya terdapat pada menu setting kamera kemudian membandingkannya antara yang terlihat di viewfinder dengan yang tampak oleh mata. Selain itu, mengatur white balance dapat dilakukan dengan cara mengarahkan kamera handphone ke objek yang berwarna putih polos. Maka kamera akan menyesuaikan hasil bidikan mendekati warna normal.

3. Teknik pegangan yang benar

Posisikan kedua tangan memegang handphone dengan mantap dan siku bertumpu pada tubuh agar lebih stabil. Kemudian perhatikan posisi tubuh untuk menjaga keseimbangan tubuh dalam mengambil video.

4. Gunakan *rule of third* untuk komposisi gambar yang lebih baik

Rule of Third adalah suatu acuan komposisi yang membagi *frame* menjadi 9 kotak dengan ukuran yang sama, tujuan utama dari *Rule of Third* ini adalah menempatkan objek gambar. Objek ditempatkan di titik dimana garis horizontal dan vertikal bertemu. Dengan menggunakan aturan ini, kita dapat lebih memunculkan objek gambar dan latar belakang dengan komposisi yang baik. Untuk lebih memudahkan dalam pengaplikasian metode ini, aktifkan mode *Grid* di pengaturan kamera handphone.



Gambar 2. Mode Grid di Handphone

5. Penggunaan perangkat tambahan untuk meningkatkan stabilitas video

Perangkat tambahan dapat digunakan agar video yang dihasilkan dapat menjadi lebih stabil. Perangkat yang dapat digunakan yaitu tripod, monopod, gimbal, grip/handle, dan strap tangan.

- a. Tripod digunakan untuk menjaga posisi kamera tetap stabil dalam waktu sehingga video yang dihasilkan menjadi lebih stabil, terutama saat merekam objek yang statis.



Gambar 3. Tripod

- b. Monopod digunakan untuk menjaga stabilitas kamera namun tetap fleksibel dalam melakukan pergerakan dalam merekam video.



Gambar 4. Monopod

- c. Gimbal adalah perangkat yang menggunakan mesin untuk menyeimbangkan Gerakan kamera secara otomatis, sehingga gambar yang dihasilkan menjadi lebih stabil.



Gambar 5. Gimbal

- d. Grip atau handle digunakan agar pegangan menjadi lebih ergonomis.



Gambar 6. Grip/Handle

- e. Strap tangan digunakan untuk menghindari jatuhnya handphone saat pengambilan gambar.



Gambar 7. Phone Strap

6. Gerakan Kamera Secara Perlahan

Usahakan bergerak secara halus saat mengambil video dalam situasi bergerak ataupun mengikuti objek yang direkam. Hal ini karena kamera handphone memiliki sensitifitas tinggi pada perubahan gerak. Hindari gerakan secara cepat dan tiba-tiba karena akan menyebabkan gambar yang kabur saat proses perpindahan terjadi. Untuk menghindari hal tersebut, rencanakan shot yang akan diambil sebelum melakukan perpindahan, sehingga meminimalisir terjadinya gerakan secara tiba-tiba. Teknik pergerakan kamera juga perlu diperhatikan, diantaranya yaitu:

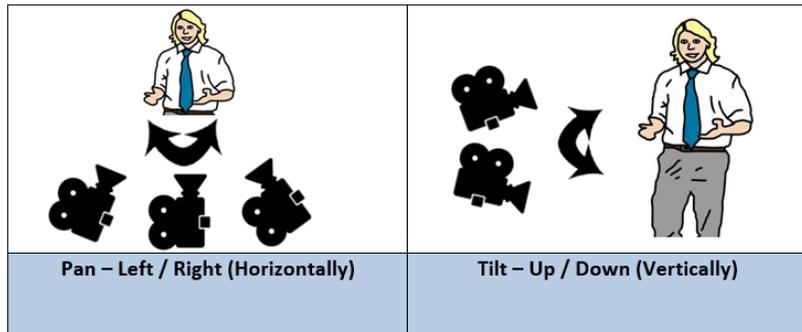
- a. Zoom in dan zoom out, secara fisik kamera tidak bergerak mengikuti objek, namun menekan tombol zooming. Zoom in berfungsi menimbulkan efek objek mendekat, sedangkan zoom out menimbulkan efek objek menjauh.



Gambar 8. Zoom Out (Kiri), Zoom In (Kanan)

- b. Tilting, gerakan kamera ke atas dan ke bawah, biasanya untuk menampilkan sosok tertentu dan menimbulkan rasa penasaran penonton. Ada dua macam gerakan tilting, yaitu tilt up (gerakan ke atas) dan tilt down (gerakan ke bawah).
- c. Panning, pengambilan gambar yang menggerakkan posisi kamera ke kiri dan ke kanan dan sebaliknya untuk menampilkan kesan urutan yang rapi. Pada gerakan panning, gerakan tidak boleh terlalu cepat karena berdasarkan psikologi penglihatan bahwa seorang penonton mampu mengidentifikasi objek dalam

waktu minimal 3 detik, kurang dari itu penonton akan sulit mengenali objek yang dilihat.



Gambar 9. Ilustrasi Tilting dan Panning

- d. Dolly shot, pengambilan gambar dengan menggunakan dolly secara maju dan mundur.



Gambar 10. Ilustrasi Dolly Shot

- e. Follow, kamera bergerak mengikuti objek dengan menggunakan alat bantu seperti rel, kendaraan, dan lain sebagainya.

7. Pengambilan gambar secara simetris

Saat merekam video menggunakan kamera handphone, seringkali kita hanya fokus pada objek dan tidak memperhatikan posisi kamera. Hal ini menyebabkan hasil video yang miring alias tidak simetris. Oleh karena itu, posisikan kamera handphone sebelum merekam agar gambar yang dihasilkan simetris.

8. Teknik bernafas

Saat mengambil video, usahakan bernafas dengan tenang agar kamera tidak bergerak secara cepat dan tiba-tiba. Dengan memperhatikan teknik-teknik di atas, video yang diambil dengan menggunakan handphone dapat menjadi lebih stabil. Stabilitas video sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan kenyamanan menonton. Dengan menggunakan fitur stabilizer, perangkat tambahan, serta teknik pergerakan kamera yang tepat, video yang dihasilkan akan tampak lebih profesional. Komposisi yang baik dan pengaturan warna juga berperan penting dalam menciptakan hasil yang lebih estetis. Selain itu, menjaga keseimbangan tubuh dan cara bernafas yang benar saat merekam dapat membantu mengurangi guncangan. Dengan memahami dan menerapkan teknik-teknik ini, siapa pun dapat menghasilkan video berkualitas tinggi hanya dengan menggunakan handphone.

B. Komposisi dan Pencahayaan yang Baik

Komposisi dan pencahayaan yang baik sangat penting dalam pengambilan video menggunakan handphone. Dengan komposisi dan pencahayaan yang baik, kualitas video yang dihasilkan menjadi lebih baik dan optimal.

1. Komposisi

Komposisi secara sederhana diartikan sebagai cara menata elemen-elemen dalam gambar, yang terdiri dari, garis, bentuk, warna, ruang dan tekstur. Visual Impact merupakan hasil utama dalam komposisi, yaitu untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah gambar kepada pemirsanya. Dengan komposisi, gambar akan tampak lebih menarik dan enak dipandang, sesuai pengaturan letak dan perbandingan objek yang mendukung dalam sebuah gambar. Dalam suatu komposisi gambar selalu ada titik perhatian yang menjadi daya tarik dalam sebuah gambar yang disebut dengan Point Of Interest. (Fiandra, 2020).

Tujuan dari komposisi dalam mengambil sebuah gambar yaitu:

- a. Membangun mood suatu gambar dan keseimbangan objek gambar
- b. Menyusun perwujudan dari ide menjadi sebuah penyusunan gambar yang baik sehingga terwujud sebuah kesatuan dalam karya.
- c. Melatih kepekaan mata untuk menangkap berbagai unsur elemen visual dan estetika dalam sebuah karya fotografi.

Komposisi yang digunakan dalam pengambilan video yaitu:

- a. Rule of Thirds

Rule of thirds, atau aturan sepertiga adalah petunjuk bagaimana caranya memposisikan objek di sepertiga bagian dalam foto agar lebih enak dilihat. Teknik ini juga termasuk dalam mengkomposisikan objek kedalam satu bingkai, dengan posisi yang tepat mengikuti acuan aturan sepertiga itu (Natazya, 2024).

Menggunakan prinsip *rule of thirds* dapat meningkatkan daya tarik visual video. Dengan membagi layar menjadi sembilan bagian yang sama, penempatan subjek pada titik perpotongan garis akan menghasilkan komposisi yang lebih seimbang dan menarik. Hal ini membantu penonton untuk lebih fokus pada subjek utama video.

Menggunakan rule of thirds juga membantu dalam menciptakan ruang negatif di sekitar subjek, yang memberikan konteks dan memperkuat narasi visual. Misalnya, saat merekam seseorang yang sedang berbicara, menempatkan mereka di salah satu sisi bingkai sambil menyisakan ruang kosong di arah mereka melihat dapat memberikan kesan bahwa ada sesuatu yang menarik di luar bingkai.



Gambar 11. Ilustrasi Penerapan Rule Of Thirds

Selain itu, rule of thirds juga dapat digunakan untuk elemen lain dalam video, seperti latar belakang atau objek pendukung. Dengan memanfaatkan prinsip ini, tidak hanya membuat komposisi yang lebih menarik tetapi juga membantu menyampaikan cerita dengan cara yang lebih efektif. Dalam praktiknya, rule of thirds dapat dilakukan dengan mengaktifkan grid pada layar smartphone untuk memudahkan penerapan prinsip ini saat merekam video.

b. Framing

Framing adalah teknik menempatkan objek dalam bingkai dengan mempertimbangkan foreground dan background. Ini bertujuan untuk menghindari tampilan yang tidak seimbang dan memastikan bahwa semua elemen penting terlihat jelas dalam video, serta mengarahkan perhatian penonton pada subjek utama dengan cara mengelilinginya dengan elemen lain dari lingkungan sekitarnya. Framing dapat menciptakan kedalaman dan dimensi dalam video, menjadikannya lebih menarik secara visual.

Framing juga dapat digunakan untuk menciptakan fokus emosional. Dengan mengisolasi subjek dari latar belakang yang sibuk atau tidak relevan, Anda membantu penonton memahami pentingnya subjek tersebut dalam narasi video. Selain itu, teknik ini juga dapat digunakan untuk menunjukkan hubungan antara subjek dan lingkungan mereka.



Gambar 12. Ilustrasi Penerapan Framing

Namun, penting untuk tidak berlebihan dalam penggunaan framing. Terlalu banyak elemen dalam bingkai dapat mengalihkan perhatian dari subjek utama dan membuat video terlihat kacau. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan keseimbangan antara foreground dan background agar tetap fokus pada pesan yang ingin disampaikan.

Secara keseluruhan, framing adalah teknik komposisi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik visual video dan membantu menyampaikan cerita dengan cara yang lebih kuat.

c. Keseimbangan visual

Keseimbangan visual adalah aspek penting dalam komposisi video yang memastikan bahwa semua elemen dalam bingkai saling mendukung tanpa saling bertabrakan atau mengalihkan perhatian dari subjek utama. Keseimbangan ini dapat dicapai melalui penempatan elemen-elemen visual secara strategis agar tercipta harmoni dalam bingkai.

Ada dua jenis keseimbangan visual yaitu simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris terjadi ketika elemen-elemen dalam bingkai terdistribusi secara merata di kedua sisi pusat bingkai. Ini sering digunakan untuk menciptakan kesan stabilitas dan ketenangan. Misalnya, saat merekam objek statis seperti patung atau bangunan bersejarah, keseimbangan simetris dapat memberikan kesan formalitas pada video.



Gambar 13. Keseimbangan Visual Simetris

Di sisi lain, keseimbangan asimetris melibatkan distribusi elemen-elemen visual secara tidak merata namun tetap menciptakan kesan seimbang secara keseluruhan. Ini memungkinkan pembuat konten untuk lebih kreatif dalam komposisi mereka dengan menempatkan objek utama di salah satu sisi bingkai sementara elemen lain seperti latar belakang atau foreground mendukung komposisi secara keseluruhan.



Gambar 14. Keseimbangan Visual Asimetris

Menciptakan keseimbangan visual juga melibatkan penggunaan warna, tekstur, dan bentuk dalam bingkai. Warna-warna cerah atau kontras dapat menarik perhatian penonton ke area tertentu dari video, sementara warna netral dapat membantu menyeimbangkan elemen-elemen lainnya.

Dengan memahami prinsip keseimbangan visual dan menerapkannya dalam pengambilan video menggunakan handphone, Anda akan mampu menciptakan karya yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada penonton.

2. Pencahayaan

Cahaya merupakan faktor penting dalam dunia fotografi, tanpa cahaya tidak akan ada gambar yang tercipta, dalam fotografi ada tiga sumber cahaya yaitu:

a. Cahaya alami (*available light*)

Cahaya alami adalah sumber pencahayaan terbaik bagi pengambilan video menggunakan handphone karena memberikan hasil yang lebih realistis dan menyenangkan secara visual dibandingkan dengan pencahayaan buatan. Menggunakan cahaya alami memungkinkan warna-warna terlihat lebih hidup dan detail objek menjadi lebih jelas tanpa distorsi warna akibat lampu buatan.

Waktu terbaik untuk merekam dengan cahaya alami adalah saat "golden hour," yaitu periode setelah matahari terbit atau sebelum matahari terbenam ketika cahaya memiliki kualitas lembut dan hangat. Pada waktu-waktu ini, cahaya tidak terlalu keras sehingga mengurangi bayangan tajam pada wajah subjek serta menghasilkan nuansa dramatis pada video.

Saat merekam di luar ruangan, penting untuk memperhatikan arah cahaya matahari agar tidak menyebabkan silau atau overexposure pada objek utama. Jika cahaya terlalu kuat dari depan, pertimbangkan untuk memindahkan posisi kamera ke samping atau belakang subjek agar mendapatkan pencahayaan yang lebih merata.

Jika merekam di dalam ruangan dekat jendela atau sumber cahaya alami lainnya sangat dianjurkan karena akan memberikan pencahayaan lembut pada wajah subjek tanpa

bayangan keras seperti saat menggunakan lampu neon biasa. Namun perlu diperhatikan bahwa kondisi cuaca bisa memengaruhi kualitas cahaya alami; saat mendung misalnya, pencahayaan bisa menjadi kurang optimal.

b. Cahaya buatan (*artificial light*)

Dalam situasi di mana pencahayaan alami tidak cukup memadai untuk menghasilkan video berkualitas tinggi, penggunaan pencahayaan tambahan menjadi sangat penting. Pencahayaan tambahan dapat membantu menerangi subjek secara merata serta mengurangi bayangan keras yang mungkin muncul akibat sumber cahaya tunggal.

Lampu LED portabel adalah pilihan populer bagi banyak videografer karena kemudahan penggunaannya serta kemampuannya menghasilkan cahaya lembut yang seragam. Lampu LED biasanya dilengkapi dengan pengaturan intensitas sehingga dapat disesuaikan kecerahan sesuai kebutuhan pengambilan gambar.

Ketika menggunakan pencahayaan tambahan, penting untuk mempertimbangkan posisi lampu relatif terhadap subjek agar mendapatkan hasil terbaik tanpa menciptakan bayangan tidak diinginkan. Sebagai contoh, meletakkan lampu sedikit di depan dan samping subjek akan memberikan pencahayaan yang lebih natural serta menonjolkan fitur wajah tanpa menyebabkan silau berlebihan.

Selain itu, penggunaan diffuser pada lampu tambahan bisa sangat membantu dalam menciptakan pencahayaan lembut yang lebih menyenangkan bagi mata penonton sekaligus mengurangi kontras tajam antara area terang dan gelap pada wajah subjek.

Penting juga untuk memperhatikan suhu warna lampu tambahan agar sesuai dengan kondisi pencahayaan di sekitar, misalnya saat merekam di luar ruangan saat matahari terbenam dengan suhu warna hangat maka lampu tambahan juga harus memiliki suhu warna serupa agar hasilnya tetap harmonis.

c. Cahaya campuran (*mix light*)

Cahaya campuran atau *mix light* adalah teknik pencahayaan dalam fotografi yang menggabungkan dua jenis sumber cahaya, yaitu cahaya alami (*available light*) dan cahaya buatan (*artificial light*). Teknik ini memungkinkan fotografer untuk memanfaatkan kelebihan dari kedua jenis pencahayaan untuk menciptakan hasil yang lebih menarik dan dinamis.

Dalam praktiknya, *mix light* sering digunakan ketika fotografer ingin menggabungkan cahaya matahari dengan sumber cahaya tambahan, seperti lampu studio atau flash. Misalnya, saat memotret di luar ruangan pada siang hari, fotografer dapat menggunakan sinar matahari sebagai pencahayaan utama dan menambahkan flash untuk menerangi area yang lebih gelap atau untuk mengurangi bayangan keras yang dihasilkan oleh cahaya matahari. Hal ini menciptakan kontras yang lebih halus dan memberikan dimensi pada gambar.



Gambar 15. Ilustrasi Penggunaan Cahaya Campuran Dengan Bantuan Reflektor

Penggunaan *mix light* juga membantu dalam mengatasi tantangan pencahayaan yang tidak merata, di mana satu sumber cahaya mungkin tidak cukup untuk menerangi subjek secara optimal. Dengan menggabungkan kedua sumber cahaya ini, fotografer dapat menyesuaikan intensitas dan arah pencahayaan sesuai kebutuhan, sehingga menghasilkan foto yang lebih seimbang dan menarik secara visual. Teknik ini sangat berguna

dalam berbagai situasi fotografi, termasuk potret, pemandangan, dan fotografi produk.

Selain memperhatikan penggunaan cahaya yang akan digunakan dalam merekam video, teknik pencahayaan juga perlu diperhatikan agar video yang dihasilkan menjadi lebih estetik dan dapat dinikmati oleh penonton. Teknik pencahayaan merupakan faktor kunci dalam menentukan suasana hati dan karakteristik visual sebuah video. Memahami bagaimana arah cahaya mempengaruhi tampilan subjek sangat penting agar menghasilkan rekaman berkualitas tinggi. Teknik pencahayaan pada saat merekam video yaitu:

a. Cahaya alami (*available light*)

Cahaya alami adalah sumber pencahayaan terbaik bagi pengambilan video menggunakan handphone karena memberikan hasil yang lebih realistis dan menyenangkan secara visual dibandingkan dengan pencahayaan buatan. Menggunakan cahaya alami memungkinkan warna-warna terlihat lebih hidup dan detail objek menjadi lebih jelas tanpa distorsi warna akibat lampu buatan.

Waktu terbaik untuk merekam dengan cahaya alami adalah saat "golden hour," yaitu periode setelah matahari terbit atau sebelum matahari terbenam ketika cahaya memiliki kualitas lembut dan hangat. Pada waktu-waktu ini, cahaya tidak terlalu keras sehingga mengurangi bayangan tajam pada wajah subjek serta menghasilkan nuansa dramatis pada video.

Saat merekam di luar ruangan, penting untuk memperhatikan arah cahaya matahari agar tidak menyebabkan silau atau overexposure pada objek utama. Jika cahaya terlalu kuat dari depan, pertimbangkan untuk memindahkan posisi kamera ke samping atau belakang subjek agar mendapatkan pencahayaan yang lebih merata.

Jika merekam di dalam ruangan dekat jendela atau sumber cahaya alami lainnya sangat dianjurkan karena akan memberikan pencahayaan lembut pada wajah subjek tanpa

bayangan keras seperti saat menggunakan lampu neon biasa. Namun perlu diperhatikan bahwa kondisi cuaca bisa memengaruhi kualitas cahaya alami; saat mendung misalnya, pencahayaan bisa menjadi kurang optimal.

b. Cahaya buatan (*artificial light*)

Dalam situasi di mana pencahayaan alami tidak cukup memadai untuk menghasilkan video berkualitas tinggi, penggunaan pencahayaan tambahan menjadi sangat penting. Pencahayaan tambahan dapat membantu menerangi subjek secara merata serta mengurangi bayangan keras yang mungkin muncul akibat sumber cahaya tunggal.

Lampu LED portabel adalah pilihan populer bagi banyak videografer karena kemudahan penggunaannya serta kemampuannya menghasilkan cahaya lembut yang seragam. Lampu LED biasanya dilengkapi dengan pengaturan intensitas sehingga dapat disesuaikan kecerahan sesuai kebutuhan pengambilan gambar.

Ketika menggunakan pencahayaan tambahan, penting untuk mempertimbangkan posisi lampu relatif terhadap subjek agar mendapatkan hasil terbaik tanpa menciptakan bayangan tidak diinginkan. Sebagai contoh, meletakkan lampu sedikit di depan dan samping subjek akan memberikan pencahayaan yang lebih natural serta menonjolkan fitur wajah tanpa menyebabkan silau berlebihan.

Selain itu, penggunaan diffuser pada lampu tambahan bisa sangat membantu dalam menciptakan pencahayaan lembut yang lebih menyenangkan bagi mata penonton sekaligus mengurangi kontras tajam antara area terang dan gelap pada wajah subjek.

Penting juga untuk memperhatikan suhu warna lampu tambahan agar sesuai dengan kondisi pencahayaan di sekitar, misalnya saat merekam di luar ruangan saat matahari terbenam dengan suhu warna hangat maka lampu tambahan juga harus memiliki suhu warna serupa agar hasilnya tetap harmonis.

c. Cahaya campuran (*mix light*)

Cahaya campuran atau *mix light* adalah teknik pencahayaan dalam fotografi yang menggabungkan dua jenis sumber cahaya, yaitu cahaya alami (*available light*) dan cahaya buatan (*artificial light*). Teknik ini memungkinkan fotografer untuk memanfaatkan kelebihan dari kedua jenis pencahayaan untuk menciptakan hasil yang lebih menarik dan dinamis.

Dalam praktiknya, *mix light* sering digunakan ketika fotografer ingin menggabungkan cahaya matahari dengan sumber cahaya tambahan, seperti lampu studio atau flash. Misalnya, saat memotret di luar ruangan pada siang hari, fotografer dapat menggunakan sinar matahari sebagai pencahayaan utama dan menambahkan flash untuk menerangi area yang lebih gelap atau untuk mengurangi bayangan keras yang dihasilkan oleh cahaya matahari. Hal ini menciptakan kontras yang lebih halus dan memberikan dimensi pada gambar.



Gambar 16. Ilustrasi Penggunaan Cahaya Campuran Dengan Bantuan Reflektor

Penggunaan *mix light* juga membantu dalam mengatasi tantangan pencahayaan yang tidak merata, di mana satu sumber cahaya mungkin tidak cukup untuk menerangi subjek secara optimal. Dengan menggabungkan kedua sumber cahaya ini, fotografer dapat menyesuaikan intensitas dan arah pencahayaan sesuai kebutuhan, sehingga menghasilkan foto yang lebih seimbang dan menarik secara visual. Teknik ini sangat berguna

dalam berbagai situasi fotografi, termasuk potret, pemandangan, dan fotografi produk.

Selain memperhatikan penggunaan cahaya yang akan digunakan dalam merekam video, teknik pencahayaan juga perlu diperhatikan agar video yang dihasilkan menjadi lebih estetik dan dapat dinikmati oleh penonton. Teknik pencahayaan merupakan faktor kunci dalam menentukan suasana hati dan karakteristik visual sebuah video. Memahami bagaimana arah cahaya mempengaruhi tampilan subjek sangat penting agar menghasilkan rekaman berkualitas tinggi. Teknik pencahayaan pada saat merekam video yaitu:

- a. Cahaya depan (*front light*), cahaya datang langsung dari depan subjek, dapat memberikan hasil paling terang namun sering kali menghasilkan bayangan datar pada wajah sehingga kehilangan detail ekspresi emosi si subjek. Meskipun demikian, cahaya depan sangat cocok digunakan saat ingin menyoroti detail tertentu pada objek statis seperti produk atau makanan.



Gambar 17. Ilustrasi Foto Dengan Cahaya Depan (*Front Light*)

- b. Cahaya samping (*side light*), cahaya datang dari samping dapat menciptakan kedalaman serta dimensi pada wajah subjek dengan menghasilkan bayangan halus di sisi berlawanan dari sumber cahaya tersebut. Teknik ini sering digunakan dalam potret karena mampu menonjolkan fitur wajah dengan cara dramatis namun tetap natural.



Gambar 18. Ilustrasi Gambar Dengan Cahaya Samping (Side Light)

- c. Oval light, merupakan teknik pencahayaan (lighting) yang memanfaatkan arah cahaya yang datang dari sudut 45° dari posisi fotografer berada atau sekitar $3/4$ dari posisi objek yang dipotret. Karakteristik dari teknik oval light ini adalah untuk memunculkan dimensi pada objek tanpa kehilangan karakter warna yang dimilikinya. Teknik ini banyak digunakan dalam studio dan dikenal dengan nama rembrant light atau lip. Biasanya digunakan reflector untuk membantu dalam memotret dengan teknik pencahayaan ini.



Gambar 19. Ilustrasi Gambar Dengan Oval Light

- d. Rim light, merupakan teknik pencahayaan (lighting) yang memanfaatkan arah cahaya yang datang dari belakang objek dengan sudut $1/4$ objek, sehingga bagian depan objek akan tampak gelap. Karakteristik dari penggunaan teknik rim light ini

adalah untuk menampilkan bentuk garis atau kontur yang jelas dan kilauan bagian tepi belakang objek yang dipotret.



Gambar 20. Ilustrasi Gambar Dengan Rim Light

- e. Back light, merupakan teknik pencahayaan (lighting) yang memanfaatkan arah cahaya yang datang tepat dari belakang objek yang dipotret. Fotografer berhadapan langsung dengan arah datangnya cahaya (objek membelakangi sumber cahaya). Teknik back light ini sering digunakan untuk memotret foto siluet (seperti foto petani yang saya potret di atas). Karena tujuan dari penggunaan teknik back light adalah untuk memunculkan bentuk objek secara keseluruhan yang utuh.



Gambar 21. Ilustrasi Gambar Dengan Backlight

- f. Top light, merupakan teknik pencahayaan (lighting) yang memanfaatkan arah cahaya yang datang dari bagian atas objek yang dipotret, sehingga memunculkan kilauan rambut (hair

light), terlebih jika sumber cahaya berada agak belakang dari objek. Teknik top light ini digunakan untuk membuat foto yang bagian atas objeknya memiliki kilauan sehingga menimbulkan kesan yang sangat menarik. Biasanya digunakan untuk memotret foto butterfly light.



Gambar 22. Ilustrasi Gambar Dengan Top Light

- g. Ray of light, merupakan teknik yang memanfaatkan karakteristik cahaya, yang muncul karena terobosan melalui awan, debu dan benda lainnya. Untuk dapat melihat pencahayaan ini, kondisi lingkungan atau tempat jatuhnya sinar harus memiliki background yang gelap. Ray of light mudah ditemukan pada waktu pagi hari berkabut atau berasap. Saya sendiri senang memotret dengan teknik ray of light ini, untuk dapat menemukannya dengan mudah yaitu ketika matahari hendak terbenam di mana kondisi cuaca yang agak mendung.



Gambar 23. Ilustrasi Gambar Dengan Ray Of Light

Selain pencahayaan, exposure merupakan salah satu aspek teknis terpenting dalam videografi karena menentukan seberapa terang atau gelap gambar akhir akan terlihat setelah direkam. Mengatur exposure dengan tepat sangat krusial agar detail-detail penting tidak hilang akibat overexposure (terlalu terang) maupun underexposure (terlalu gelap). Pada umumnya ada tiga faktor utama yang mempengaruhi exposure: aperture (bukaan lensa), shutter speed (kecepatan rana), dan ISO (sensitivitas sensor). Namun banyak smartphone modern sudah dilengkapi fitur otomatis sehingga pengguna hanya perlu fokus pada pengaturan manual exposure melalui aplikasi kamera bawaan atau aplikasi pihak ketiga jika diperlukan.

Salah satu cara sederhana untuk mengatur exposure saat merekam adalah dengan memperhatikan lingkungan sekitar; jika berada di tempat terang seperti luar ruangan saat siang hari maka turunkan nilai exposure agar detail-detail halus tetap terlihat jelas tanpa kehilangan informasi akibat silau berlebihan akibat sinar matahari langsung.

Sebaliknya ketika berada di ruang gelap tambahkan exposure sedikit demi sedikit hingga mendapatkan hasil optimal; jangan ragu melakukan beberapa percobaan sebelum mulai merekam adegan sebenarnya agar hasil akhir sesuai harapan tanpa perlu melakukan proses editing berat setelahnya. Jika penanganannya kurang tepat maka foto yang kita hasilkan akan menjadi terlalu terang (overexposure) atau terlalu redup (underexposure)

Penggunaan fitur histogram pada aplikasi kamera smartphone juga sangat membantu; histogram menunjukkan distribusi kecerahan gambar sehingga pengguna bisa melihat apakah ada bagian gambar yang terlalu terang atau gelap sebelum mulai merekam adegan tersebut—ini memungkinkan perbaikan cepat sebelum mengambil video atau gambar.

C. Sudut Pengambilan Gambar yang Menarik

Sudut pengambilan gambar merupakan bagaimana memposisikan kamera ke arah objek. Sudut pengambilan gambar yang menarik dapat membuat nilai dan pesan yang terdapat pada video tersampaikan dengan baik kepada penonton. Secara umum ada 4 sudut pengambilan dalam merekam video, yaitu:

1. Bird eye level, merupakan teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan ketinggian kamera berada di atas ketinggian objek. Hasilnya akan terlihat lingkungan yang luas dan benda-benda lain tampak kecil dan berserakan. Teknik ini dipakai ketika kita mengambil gambar dari sudut super tinggi dan jarak jauh. biasanya dipakai ketika ingin mendapatkan efek keramaian (keramaian di pasar misalnya) atau luas (gurun). untuk mendapatkan gambar seperti ini kita perlu berada di tempat yang tinggi (puncak gunung, bukit) atau bila dalam video biasa mekakai helicopter atau jimmy jeep. Efek ini disebut bird eye karena gambar yang di dapat seperti penglihatan burung ketika terbang diangkasa



Gambar 24. Ilustrasi Bird Eye Level

2. Eye level, merupakan sudut pengambilan gambar dimana kamera diletakkan sejajar dengan objek. Efek yang ditimbulkan dari sudut pandang ini adalah pandangan normal atau seperti kita melihat langsung ke objek dengan mata kita. Sudut pengambilan gambar yang dimana objek dan kamera sejajar /sama seperti mata memandangi. Biasanya digunakan untuk menghasilkan kesan

menyeluruh dan merata terhadap background sebuah objek, menonjolkan sisi ekspresif dari sebuah objek, dan biasanya sudut pemotretan ini juga dimaksudkan untuk memposisikan kamera sejajar dengan objek.



Gambar 25. Ilustrasi Eye Level

3. Low angle, merupakan teknik pengambilan gambar yang memposisikan kamera berada lebih rendah secara horisontal dari subyek yang akan dibidik. Pengambilan gambar dengan low angle biasa digunakan untuk memberi kesan lebih kuat, berkuasa, kokoh dan superior. Subyek gambar dapat berupa manusia, binatang, arsitektur atau apapun. Pada beberapa kasus, pengambilan gambar dengan teknik ini biasa diambil untuk subyek raja agar tampak berwibawa, bangunan istana yang megah, dan lain sebagainya.



Gambar 26. Ilustrasi Low Angle

4. Frog eye, merupakan sudut pengambilan gambar dengan ketinggian kamera sejajar dengan alas/dasar kedudukan objek atau

lebih rendah. Kesan yang ditimbulkan dari sudut pengambilan gambar ini yaitu objek menjadi terkesan besar dan dominan.



Gambar 27. Ilustrasi frog eye

D. Tips Merekam Suara yang Jernih

Kualitas suara merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam suatu video. Jika kualitas video secara visual sudah bagus namun kualitas suaranya buruk, maka hal ini tentu akan mengganggu kenyamanan penonton untuk menonton video tersebut, bahkan penonton menjadi tidak tertarik dengan video yang disajikan. Untuk merekam suara yang jernih saat merekam video menggunakan handphone, terdapat beberapa tips yang dapat diterapkan, berdasarkan sumber dari buku dan jurnal.

1. Gunakan mikrofon eksternal

Mikrofon internal pada handphone sering kali tidak cukup efektif untuk menangkap suara dengan jelas, terutama dalam lingkungan yang bising. Oleh karena itu, menggunakan mikrofon eksternal adalah langkah penting. Mikrofon eksternal dirancang untuk fokus pada suara yang diinginkan dan memfilter noise di sekitarnya, sehingga menghasilkan rekaman audio yang lebih bersih dan profesional. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan mikrofon berkualitas tinggi dapat meningkatkan kualitas suara secara signifikan dalam berbagai situasi perekaman.

2. Atur posisi rekaman

Posisi saat merekam sangat mempengaruhi kualitas suara. Hindari merekam terlalu dekat dengan sumber suara yang keras, seperti speaker, karena ini dapat menyebabkan distorsi atau pecah pada suara. Sebaliknya, pilih lokasi yang cukup jauh dari sumber suara utama tetapi masih dalam jangkauan optimal untuk menangkap suara dengan jelas. Menempatkan diri di posisi yang strategis akan membantu mendapatkan keseimbangan antara suara langsung dan lingkungan.

3. Gunakan aplikasi rekaman berkualitas tinggi

Beberapa aplikasi perekam video memiliki fitur pengoptimalan suara yang lebih baik dibandingkan aplikasi bawaan. Pilih aplikasi dengan fitur pengurangan noise atau pengaturan manual untuk menangkap suara lebih jernih saat merekam video. Aplikasi seperti CapCut menawarkan berbagai opsi untuk meningkatkan kualitas rekaman audio.

4. Hindari gerakan berlebihan

Gerakan berlebihan saat merekam dapat mengganggu kualitas suara yang ditangkap. Usahakan untuk tetap stabil saat memegang perangkat agar mikrofon dapat menangkap suara secara konsisten tanpa gangguan tambahan. Menggunakan tripod atau stabilizer juga dapat membantu menjaga kestabilan perangkat selama perekaman.

5. Perhatikan kondisi baterai dan memori

Sebelum mulai merekam, pastikan bahwa baterai perangkat terisi penuh dan memori cukup untuk menyimpan rekaman. Video dengan kualitas tinggi sering kali membutuhkan ruang penyimpanan lebih besar, jadi persiapkan perangkat Anda agar selalu siap digunakan.

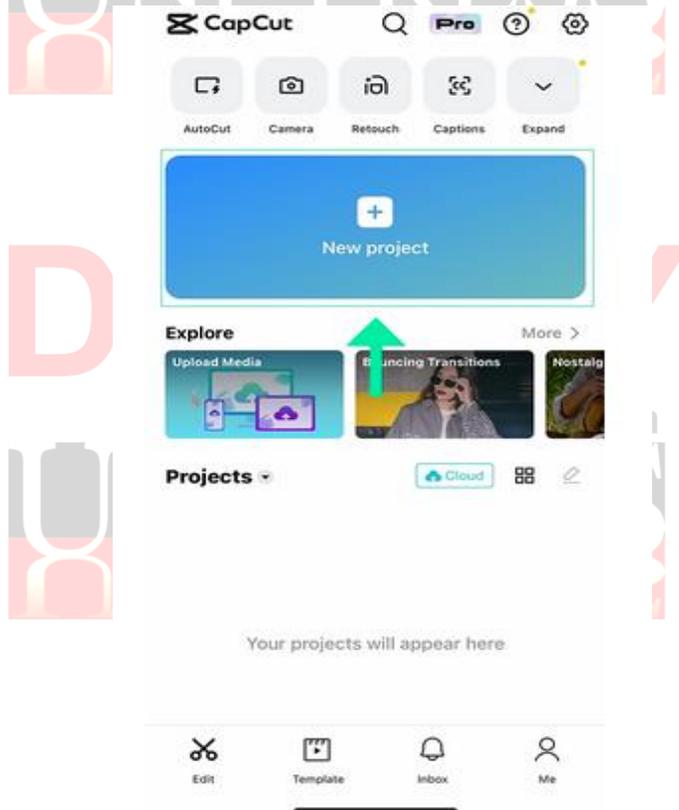
BAB 3

MENGEDIT VIDEO DENGAN CAPCUT

A. Mengenal Tampilan dan Fitur CapCut

1. Tampilan New Project

Tampilan “New Project” di aplikasi CapCut adalah tempat dimana anda dapat memulai proyek pengeditan video baru, Di sini anda akan menemukan beberapa fitur utama yang memungkinkan anda untuk mengatur proyek anda untuk mengatur proyek anda sebelum mulai mengedit video. Bagi anda yang ingin membuat video dari nol dan besar-besaran sesuai dengan keinginan anda, maka fitur new project adalah pilihannya.



Gambar 28. New Project

Berikut adalah penjelasan mengenai fitur-fitur yang biasanya ada tampilan” New Project” dalam CapCut:

- a. Pilihan Video Atau Gambar: Anda dapat memilih video atau gambar yang ingin anda gunakan sebagai bahan dasar untuk proyek anda. Ini adalah langkah awal untuk membuat proyek pengeditan video baru.
- b. Rasio aspek (Aspect Ratio): Anda dapat memilih rasio aspek video yang sesuai dengan kebutuhan anda. CapCut menyediakan berbagai opsi, seperti 16:9 (yang cocok untuk video YouTube), 9:16 (Cocok untuk format vertical di platform media sosial), 1:1 (untuk format persegi) dan lainnya.
- c. Judul proyek : Anda dapat memberikan judul pada proyek anda untuk membantu anda mengidentifikasi proyek diantarmuka utaman aplikasi.
- d. Resolusi: anda dapat memilih resolusi video yang sesuai dengan kualitas yang anda inginkan. CapCut mendukung berbagai resolusi, termasuk 720p, 1080p dan 4K.
- e. Frame Rate : anda dapat memilih frame rate video. Pilihan frame rate yang umum adalah 24fps (Frame per detik) untuk efek sinematik, 30fps untuk video biasa, dan 60 fps (frame per detik) untuk efek sinematik, 30fps untuk video biasa, dan 60fps untuk video dengan gerakan yang lebih lancar.
- f. FPS Original: ini akan mempertahankan frame rate asli dari video yang anda impor, jika anda ingin mempertahankan karakteristik asli video tersebut.
- g. Durasi: anda dapat mengatur durasi proyek, yang akan mempengaruhi panjang maksimal video yang dapat anda buat dalam proyek ini.
- h. Warna latar belakang: Anda dapat memilih warna latar belakang untuk video anda. Kita bisa melanjutkan pengeditan apabila kita ingin mengedit ulang video tersebut.
- i. Proyek: didalam proyek adalah tempat history yang sudah kita edit aka tersimpan disitu. Kita bisa melanjutkan pengeditan apabila kita mengedit ulang video tersebut.

Setelah anda mengatur semua parameter ini, anda dapat memulai mengimpor video atau gambar and\ a. Semua fitur ini

akan membantu anda membuat video yang sesuai dengan kreatif anda.

B. Memotong dan Menyusun Klip Video

1. Pentingnya memotong dan mengedit klip video

Memotong dan mengedit klip video seperti sebuah rahasia dari dunia pembuatan film dan konten. Ini bukan hanya tentang memotong bagian-bagian yang membosankan atau memperbaiki satu gerakan tarian panggung itu dalam hal ini tentang mengubah tumpukan rekaman menjadi sebuah mahakarya. Mari kita lihat seberapa signifikan pemotongan dan pengeditan klip video maka di dunia yang dibanjiri konten, menarik perhatian audiens Anda seperti demam emas digital. Ketika Anda memotong dan mengedit klip video Anda, Anda membuat pitch lift visual. Dengan memangkas yang tidak perlu dan hanya menyimpan momen yang paling menarik, Anda memastikan bahwa pemirsa ketagihan sejak awal. Ini tentang menghormati waktu audiens Anda dan memberikan pengalaman yang hanya memungkinkan mereka berkedip jika mereka melewatkan sesuatu yang menarik.

Dan juga istilah Menenun cerita yang mulus Pikirkan video Anda sebagai cerita dan pengeditan sebagai pena bulu yang membantu Anda menulis narasi yang menarik. Menggunakan editor video untuk memotong video. Pemirsa harus merasa bebas dari melompat dari satu titik plot ke titik plot lainnya secara acak. Pengeditan memungkinkan Anda untuk memandu penonton melalui sebuah perjalanan, membuat pengalaman menonton secara keseluruhan lebih menarik dan memuaskan. Mengedit adalah umpan belakang panggung Anda untuk memoles ketidaksempurnaan itu. Ini bukan tentang menipu tetapi ini tentang menampilkan diri terbaik Anda dan menjaga fokus pada konten.

Pertanyaan yang harus kita ketahui untuk pemotongan video di CapCut.

a. Mengapa saya harus memotong video di CapCut?

Pemotongan membantu meningkatkan fokus dan komposisi video Anda dengan membuang elemen yang tidak diperlukan. Pemotongan juga memastikan video Anda memenuhi rasio aspek khusus platform, seperti 9:16 untuk TikTok atau 16:9 untuk YouTube, sehingga meningkatkan daya tarik visualnya.

b. Bisakah saya memotong video di CapCut di PC?

Ya, CapCut untuk PC menawarkan alat pemangkasan sederhana yang memungkinkan Anda menyesuaikan bingkai video. Anda dapat memilih rasio aspek yang telah ditetapkan atau menyesuaikan area pemangkasan secara manual agar sesuai dengan kebutuhan proyek Anda.

c. Bagaimana cara memotong video di CapCut untuk PC?

Untuk memotong video, impor video ke CapCut, seret ke timeline, lalu pilih opsi "Pangkas" di panel pengeditan. Sesuaikan area pemotongan secara manual atau pilih rasio aspek yang telah ditetapkan sebelum menerapkan perubahan.

d. Berapa rasio aspek terbaik untuk platform media sosial?

- 1) Umpan Instagram : 1:1 (persegi)
- 2) TikTok dan Instagram Reels : 9:16 (vertikal)
- 3) YouTube:16:9 (lanskap) CapCut menyediakan preset ini untuk menyederhanakan prosesnya.

e. Bisakah saya memotong beberapa video sekaligus di CapCut?

Ya, Anda dapat menggunakan fitur "Salin dan Tempel Atribut" di CapCut untuk menerapkan pengaturan pemotongan yang sama ke beberapa klip, sehingga menghemat waktu saat mengedit sekumpulan video.

f. Apakah pemotongan di CapCut mengurangi kualitas video?

Tidak, pemotongan tidak serta merta mengurangi kualitas video. CapCut memungkinkan Anda mengeksport video yang dipotong dalam resolusi tinggi, termasuk 1080p dan 4K, untuk memastikan video tetap tajam dan profesional.

g. Apa perbedaan antara memotong dan mengubah ukuran?

Pemotongan menghilangkan bagian-bagian video Anda untuk fokus pada elemen-elemen tertentu, sementara pengubahan ukuran menyesuaikan dimensi keseluruhan agar sesuai dengan rasio aspek tertentu. CapCut mendukung kedua opsi tersebut demi fleksibilitas.

h. Apakah ada jalan pintas untuk mempercepat pemotongan di CapCut?

Ya, CapCut menawarkan pintasan keyboard dan rasio aspek yang telah ditetapkan sebelumnya untuk membuat pemotongan lebih efisien. Menggunakan alat-alat ini dapat membantu Anda menyederhanakan alur kerja dan menghemat waktu.

i. Dapatkah saya menggabungkan pemotongan dengan efek lain di CapCut?

Tentu saja! Padukan pemotongan dengan efek zoom atau pan untuk menambahkan gerakan pada video Anda. Ini menciptakan visual dinamis yang dapat menarik perhatian audiens Anda dengan lebih efektif.

j. Apakah CapCut untuk PC lebih baik untuk memotong daripada aplikasi seluler?

Versi PC menyediakan ruang kerja yang lebih besar, presisi yang lebih tinggi, dan fitur-fitur canggih seperti animasi bingkai utama, membuatnya ideal untuk pemotongan dan pengeditan terperinci dibandingkan dengan aplikasi seluler.

2. Langkah-langkah dalam menyusun Memotong dan Menyusun Klip Video

Berikut panduan lengkap untuk memotong dan menyusun klip video di CapCut:

a. Membuka dan Mengimpor Video

- 1) Buka Aplikasi CapCut di HP atau PC.
 - 2) Buat Proyek Baru dengan mengetuk tombol "Proyek Baru".
 - 3) Pilih Video dari galeri yang ingin diedit, lalu ketuk "Tambah".
- b. Memotong Video (Trim & Split)
- 1) Trim (Potong Awal/Akhir Video)
 - (a) Pilih klip di timeline.
 - (b) Geser pegangan awal atau akhir klip untuk menghapus bagian yang tidak diperlukan.
 - 2) Split (Memotong Bagian Tengah Video)
 - (a) Pindahkan garis putih (playhead) ke bagian yang ingin dipotong.
 - (b) Ketuk tombol "Pisah" (Split).
 - (c) Hapus bagian yang tidak diperlukan dengan mengetuk klip lalu pilih "Hapus".
 - 3) Menyusun Klip Video
 - (a) Seret dan geser klip di timeline untuk mengatur urutan sesuai keinginan.
 - (b) Gunakan fitur "Tambahkan Klip" jika ingin menyisipkan klip lain.
 - (c) Jika ingin menambahkan transisi antar-klip, klik ikon "+" antara dua klip dan pilih efek transisi.

3. Beberapa Cara Memotong Video di Capcut

a. Memotong Video di Capcut dengan Fitur Bagi

1) Instal dan Buka Capcut

Jika Anda belum menginstal Capcut, unduh dan instal aplikasi ini dari toko aplikasi (biasanya tersedia di Google Play Store atau App Store). Setelah terinstal, buka aplikasi Capcut.

2) Buka Proyek Video

Setelah Anda membuka Capcut, Anda akan melihat layar awal dengan opsi "Buka Proyek Baru". Ketuk opsi tersebut untuk memulai proyek video baru atau pilih proyek yang sudah ada jika Anda telah memulainya sebelumnya.

3) Impor Video

Setelah proyek terbuka, impor video yang ingin Anda potong. Ketuk ikon “+ Video” di layar untuk menambahkan video dari galeri ponsel Anda.

4) Tambahkan Video ke Timeline

Video yang Anda impor akan muncul di timeline proyek. Seret video ke timeline untuk memulai proses pemotongan.

5) Pilih Lokasi Potongan

Putar video di timeline hingga mencapai lokasi di mana Anda ingin memotongnya. Pastikan Anda berada di titik yang tepat sebelum memotong.

6) Gunakan Fitur Bagi Atau Split

Untuk memotong video di Capcut, gunakan fitur “Bagi” (Split). Caranya adalah dengan menekan video di timeline di lokasi yang ingin Anda potong. Ini akan menandai video dengan garis vertikal.

7) Potong Video

Setelah video ditandai dengan garis vertikal, ketuk ikon gunting di bagian atas layar atau pilih opsi “Bagi” yang muncul. Ini akan memotong video menjadi dua bagian terpisah di lokasi yang Anda tentukan.

8) Hapus Bagian yang Tidak Diperlukan

Setelah memotong video, Anda mungkin ingin menghapus bagian yang tidak diperlukan. Caranya adalah dengan mengetuk bagian video yang ingin dihapus dan memilih opsi “Hapus”.

9) Edit Bagian-Bagian Lainnya

Jika Anda ingin melakukan lebih banyak pemotongan atau mengedit bagian lain dari video, ulangi langkah-langkah di atas.

10) Simpan Perubahan

Setelah Anda selesai memotong dan mengedit video sesuai keinginan Anda, ketuk ikon centang atau pilih opsi “Simpan” untuk menyimpan perubahan ke proyek Anda.

11) Ekspor Video

Terakhir, Anda dapat mengekspor video yang telah Anda potong dan diedit. Pilih opsi “Ekspor” atau ikon ekspor (biasanya berbentuk panah menghadap ke bawah) di bagian atas layar. Pilih pengaturan ekspor yang sesuai dengan kebutuhan Anda, seperti kualitas video dan format, lalu ketuk “Ekspor” untuk menyimpan video hasil editan Anda.

b. Memotong Video di Capcut dengan Fitur Pangkas

1) Buka Aplikasi CapCut

Setelah aplikasi terinstal, buka CapCut dengan mengetuk iconnya di layar beranda perangkat Anda.

2) Buat Proyek Baru atau Buka Proyek yang Ada

Jika Anda ingin memotong video yang sudah ada dalam proyek sebelumnya, buka proyek tersebut. Jika tidak, Anda dapat membuat proyek baru dengan mengetuk “Buat Proyek Baru.”

3) Tambahkan Video yang Ingin Dipotong

Jika Anda membuat proyek baru, tap “Tambah” atau ikon “+”, lalu pilih video yang ingin Anda potong dari galeri perangkat Anda. Jika Anda membuka proyek yang ada, pilih proyek tersebut, lalu tap ikon edit atau ikon “Tambah” untuk menambahkan video yang ingin Anda potong. Tambahkan Video ke Timeline: Video yang Anda pilih akan ditambahkan ke timeline proyek Anda. Geser video ke posisi yang tepat pada timeline, sesuai dengan bagian yang ingin Anda potong.

4) Potong Video

Ketuk video di timeline untuk memilihnya. Pilih opsi “Pangkas” atau “Potong” yang biasanya muncul di bawah layar atau di menu aksi. Geser pegangan awal dan akhir di garis waktu (timeline) untuk menentukan area yang ingin Anda potong dari video. Anda juga dapat memanfaatkan tombol “Potong” yang muncul di bagian atas atau bawah layar untuk menyesuaikan area yang akan dipotong. Konfirmasi Potongan: Setelah Anda memilih area yang ingin dipotong, tap tombol “Simpan” atau “Selesai” untuk mengonfirmasi potongan tersebut.

5) Simpan Video

Setelah Anda memotong video sesuai keinginan, Anda dapat menyimpan proyek Anda dengan tap tombol “Simpan” atau “Ekspor.” Pilih format dan kualitas video yang diinginkan, lalu tap “Ekspor.”

c. Memotong Video di Capcut pada Lembar Kerja

1) Tambahkan Video ke Lembar Kerja

Pada layar awal Capcut, Anda akan melihat opsi “Tambahkan” atau “Buka Proyek.” Ketuk opsi ini untuk memulai proyek baru. Selanjutnya, pilih video yang ingin Anda potong dari galeri perangkat Anda dan tambahkan ke lembar kerja dengan mengklik ikon tambah (+) atau dengan menekan dan menahan video tersebut.

2) Buka Alat Pemotongan

Setelah video ditambahkan ke lembar kerja, ketuk video tersebut di lembar kerja untuk membuka alat pemotongan.

3) Potong Video

Anda akan melihat dua tombol pemotongan di bawah video, yaitu tombol potong awal dan tombol potong akhir. Geser tombol potong awal ke posisi awal potongan yang

ingin Anda buat, dan geser tombol potong akhir ke posisi akhir potongan yang diinginkan. Anda juga dapat menggeser pegangan tengah untuk menyesuaikan panjang potongan. Pastikan area yang dipilih adalah yang ingin Anda potong dari video.

4) Terapkan Pemotongan

Setelah Anda mengatur posisi potongan, ketuk ikon centang atau “Terapkan” untuk menerapkan pemotongan tersebut.

5) Simpan Hasil

Setelah Anda menerapkan pemotongan, Anda dapat menyimpan video yang sudah dipotong dengan ketuk ikon penyimpanan atau ekspor yang biasanya berada di bagian kanan atas layar. Pilih format dan kualitas ekspor yang Anda inginkan, dan ikuti petunjuk untuk menyimpan video yang sudah dipotong ke galeri perangkat Anda.

6) Selesai

Sekarang, video Anda telah dipotong sesuai dengan yang Anda inginkan dan tersimpan di galeri perangkat Anda.

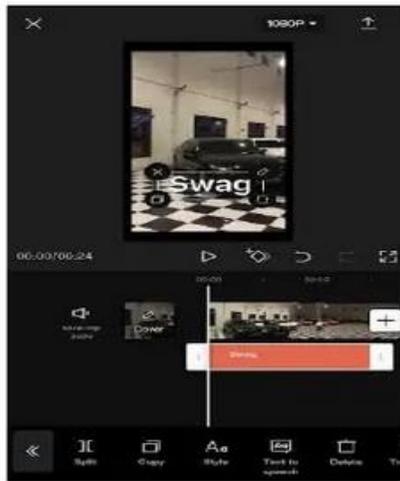
d. Tips Untuk memperlancar alur kerja pemotongan dan memaksimalkan efisiensi

- 1) Gunakan Rasio Aspek yang Telah Ditetapkan Sebelumnya: Hemat waktu dengan memilih rasio aspek yang telah dikonfigurasi sebelumnya untuk platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- 2) Pemotongan Batch: Terapkan pengaturan pemotongan yang sama ke beberapa klip dengan menyalin dan menempelkan atribut di seluruh linimasa Anda.
- 3) Pintasan Papan Ketik: Biasakan diri Anda dengan pintasan papan ketik CapCut untuk mempercepat tugas umum, termasuk memotong.

- 4) Pratinjau Reguler: Pratinjau video Anda secara terus-menerus setelah setiap penyesuaian untuk memastikan komposisi tetap menarik secara visual dan konsisten.
- 5) Gabungkan Pemotongan dengan Pengeditan Lain: Padukan pemotongan dengan efek zoom atau panning CapCut untuk menambahkan gerakan dan energi dinamis ke video Anda.

C. Menambahkan Teks dan Stiker

1. Menambahkan Teks



Gambar 29. Menambahkan Text

Mengedit video tentu tak akan lengkap jika tidak ada tool untuk teks. Tool teks berfungsi untuk menambahkan teks ke dalam video. Tool text yang disediakan CapCut cukup lengkap. Mulai dari jenis font, warna, ukuran, bahkan text template yang menarik.

- a. **Tambahkan Teks (Add Text):** Memungkinkan anda untuk menambahkan teks ke video dan juga dapat mengatur jenis huruf, warna, ukuran dan posisi teks.
- b. **Animasi teks (Text Animation):** Dapat digunakan untuk membuat teks muncul atau bergerak dengan efek animasi.
- c. **Subtitle :** Dapat digunakan untuk menambahkan teks subtitle yang sinkron dengan audio video.

Tool teks di CapCut memungkinkan pengguna menambahkan dan mengedit teks dalam video dengan berbagai fitur, seperti pengaturan font, warna, ukuran, dan posisi. Selain itu, tersedia animasi teks untuk efek dinamis serta fitur subtitle yang dapat disinkronkan dengan audio.

a. Langkah-Langkah Menambahkan Tamplet Judul Teks

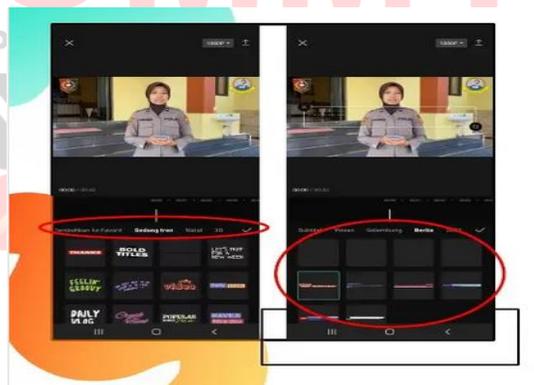
1) Masuk ke Tamplet Judul Teks

Di bagian bawah layar, cari dan pilih menu "Teks".



Gambar 30. Menu Teks

2) Tambahkan Teks



Gambar 31. Tambah Teks

Klik "Tambahkan Teks", lalu ketik teks yang ingin dimasukkan.

3) Edit Gaya dan Warna Teks



Gambar 32. Edit Gaya dan Warna Teks

Gunakan tab "**Gaya**" untuk mengubah font, ukuran, dan warna teks.

Tambahkan **bayangan**, **garis tepi**, atau **efek neon** sesuai keinginan.

4) Tambahkan Efek Animasi ke Teks

Pilih "**Efek Masuk**" untuk animasi saat teks muncul

Pilih "**Efek Keluar**" untuk animasi saat teks menghilang.

Pilih "**Efek Keseluruhan**" untuk animasi terus menerus.

5) Atur Posisi dan Durasi Teks

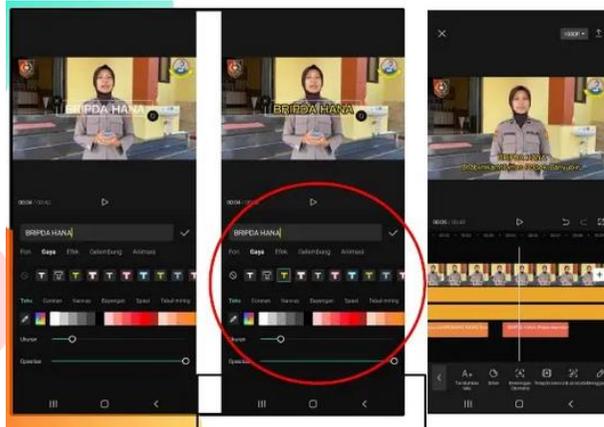
Geser teks ke posisi yang diinginkan dalam video.

Seret bar durasi di timeline untuk menyesuaikan waktu tampil teks.

6) Simpan dan Gunakan Teks

Setelah selesai mengedit, klik **centang** untuk menyimpan perubahan.

b. Langkah-langkah menambahkan Teks



Gambar 33. Menambahkan Teks

- 1) Pilih teks kemudian pilih tambahkan teks untuk menambahkan teks
- 2) Silahkan masukan teks yang akan kamu inginkan
- 3) Dan untuk mengubah font, gaya dan lain-lain silahkan dipilih sesuai petunjuk.

2. Menambahkan Stiker

Jika Anda baru untuk mengedit video atau ingin meningkatkan konten Anda, CapCut stiker adalah cara Anda ke perpustakaan kreatif. Anda dapat mencari dan menambahkan animasi lucu, emoji bersemangat, dan grafis bergaya untuk video Anda hanya dengan beberapa ketukan. Dengan stiker CapCut, kemungkinannya tidak terbatas. Apakah menambahkan sentuhan humor ke vlog Anda atau meningkatkan tutorial Anda dengan visual yang menarik, stiker ini akan membawa konten Anda ke tingkat berikutnya. Stiker untuk CapCut seperti taburan di atas pembuatan video Anda. Mereka menambahkan lapisan ekstra kegembiraan dan kepribadian yang membedakan konten Anda.

a. Fitur utama dari stiker CapCut

Berikut adalah beberapa fitur CapCut untuk meningkatkan pendekatan kreatif Anda dengan stiker dan pembuatan konten.

1) Koleksi Besar Dan Stiker Khusus Niche

Jelajahi berbagai stiker yang melayani berbagai tema dan minat, memastikan Anda menemukan yang cocok untuk konten Anda, apakah game, kecantikan, perjalanan, atau lebih. Apakah itu kartunis, stiker cat minyak atau stiker pra-dibuat dari perpustakaan stiker, editor video desktop CapCut memiliki semuanya.

2) Generator AI Untuk Membuat Stiker Khusus

Alat AI dari editor video desktop CapCut telah membuat pembuatan stiker cukup mudah. Anda dapat menghasilkan stiker khusus dengan satu prompt. Anda dapat menyesuaikan gaya yang berbeda dan memastikan bahwa Anda mendapatkan stiker yang sesuai dengan konten Anda.

3) Fleksibilitas Untuk Memilih Gaya Tertentu

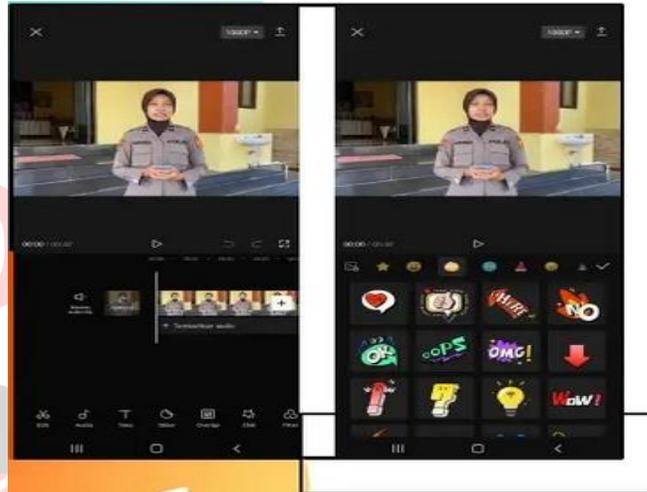
Sesuaikan pilihan stiker Anda agar sesuai dengan estetika yang Anda inginkan dengan CapCut fleksibilitas editor video desktop untuk memilih dari berbagai gaya, dari lucu dan aneh hingga ramping dan modern, memastikan integrasi yang mulus dengan getaran video Anda.

4) Opsi Kustomisasi Stiker Yang Luas

Kendalikan sepenuhnya penampilan stiker Anda dengan fitur kustomisasi komprehensif, termasuk penyesuaian ukuran, rotasi, kontrol opacity, dan banyak lagi. Fitur-fitur ini memungkinkan Anda untuk menyempurnakan setiap detail dengan sempurna. Selain itu, Anda dapat menyesuaikan skala stiker Anda agar menarik secara visual.

b. Cara Menambahkan Stiker Logo di CapCut

1) Contoh Cara menambahkan logo stiker

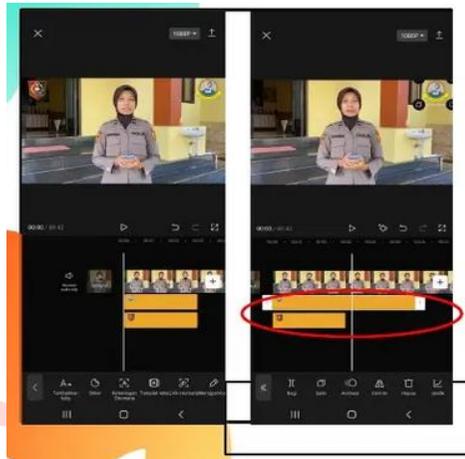


Gambar 34. Menambahkan Logo Stiker

Pilih stiker, kemudian pilih pojok kiri sebelah logo bintang. kemudian tampil folder lokasi, silahkan pilih folder download apabila sebelumnya sudah mendownload logo lewat google. Kemudian pilih logo nya dan sesuaikan dengan ukuran.

2) Menambahkan logo





Gambar 35. Menambahkan logo

Agar logo dapat muncul terus sampai video selesai tinggal diklik logonya kemudian ditahan dan digeser sampai akhir video.

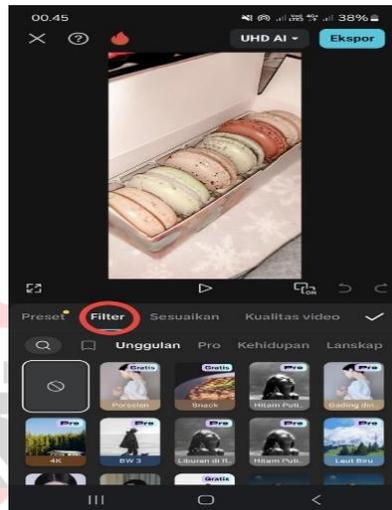
D. Menggunakan Efek dan Filter untuk Menarik Perhatian

Pernahkah Anda menonton video dan berpikir, "Bagaimana mereka membuatnya terlihat begitu bagus?" Jawabannya sering terletak pada keajaiban filter. Dengan alat yang tepat, bahkan video sederhana dapat bersinar dan menonjol. CapCut adalah salah satu alat seperti itu yang telah membuat gelombang dalam pengeditan video. Ini menawarkan banyak filter yang dapat mengubah klip biasa Anda menjadi visual yang menawan. Panduan ini menyelam jauh ke dalam filter CapCut, menunjukkan bagaimana mereka dapat meningkatkan permainan video Anda. Tapi sebelum itu, mari kita menilai betapa mudahnya menggunakan filter CapCut.

1. Cara Menggunakan Filter CapCut untuk Peningkatan Video

Dengan munculnya konten digital, kebutuhan akan alat pengeditan video berkualitas tinggi telah meningkat. CapCut adalah salah satu editor video serbaguna yang menawarkan banyak fitur untuk meningkatkan proses pembuatan video Anda. Salah satu fiturnya yang menonjol adalah filter dan efek yang dapat mengubah video Anda dari biasa menjadi luar biasa. Teruslah

membaca untuk mengetahui segala sesuatu tentang filter CapCut dalam buku ini.

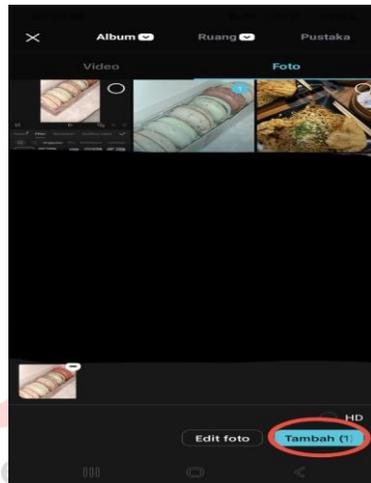


Gambar 36. Menambah Filter

CapCut menyediakan berbagai efek video dan filter untuk menonjolkan bagian-bagian tertentu dari klip Anda atau memperbaiki ketidaksempurnaan video. Berikut adalah panduan langkah demi langkah untuk menggunakan fitur-fitur ini. Berikut Langkah-langkah penggunaannya:

a. Impor

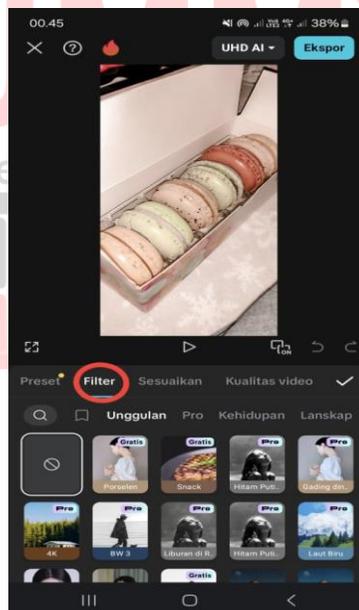
Untuk memulai, unduh dan instal CapCut. Setelah selesai, mari selami pembuatan proyek Anda. Saat Anda siap mengedit, cukup klik tombol Impor untuk menambahkan materi Anda. Atau, untuk opsi yang lebih cepat, Anda bisa menyeret dan menjatuhkannya.



Gambar 37. Import File

b. Pilih Efek & Filter Anda

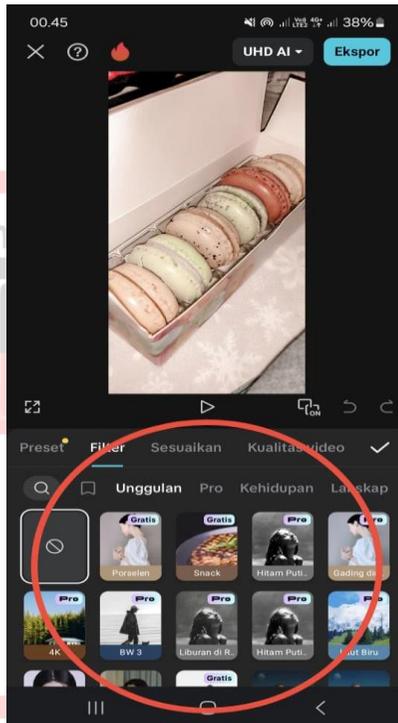
Setelah video Anda diunggah, Anda akan memiliki perpustakaan besar filter CapCut untuk diunduh. Jelajahi dan pilih yang beresonansi dengan tema video Anda. Apakah Anda mencari sentuhan vintage, nuansa sinematik, atau beberapa animasi unik, CapCut telah membuat Anda tertutup.



Gambar 38. Menambah efek dan Filter

c. Pratinjau & Sesuaikan

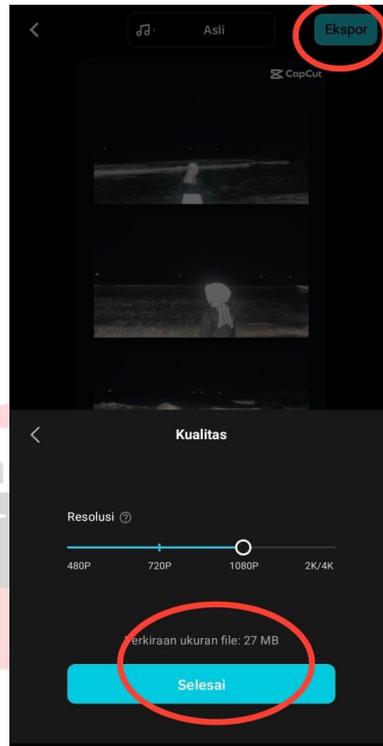
Setelah menerapkan efek dan filter yang diinginkan, tinjau video Anda. Pastikan semuanya selaras dengan visi Anda. Anda juga dapat menyesuaikan intensitas filter CapCut atau mengatur ulang efek sesuai kebutuhan.



Gambar 39. Tampilan Efek

d. Ekspor & Bagikan

Setelah puas dengan tampilan akhir, atur parameter video Anda, termasuk nama, resolusi, format, dan kualitasnya. Kemudian, unduh mahakarya Anda dan bagikan di saluran media sosial Anda atau dengan teman dan keluarga.



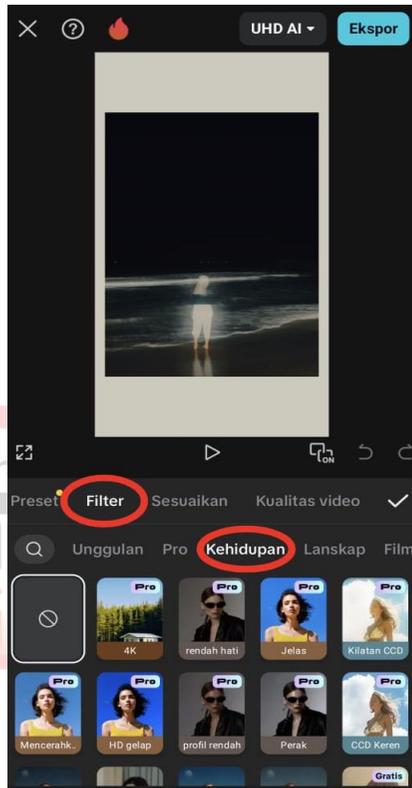
Gambar 40. Ekspor Video

2. Filter CapCut Klasik

Ketika datang ke filter, CapCut memiliki banyak varietas yang berbeda di toko. Di bawah ini, kami akan merampingkan filter CapCut terbaik yang terkenal dengan tampilannya yang spektakuler.

a. CapCut Filter Kehidupan

Hidup adalah perpadanan momen, emosi, dan kenangan yang terus berkembang. Menangkap momen-momen ini dalam esensi sejati mereka membutuhkan alat yang memahami ke dalam dan semangat hidup. Filter Life CapCut dirancang untuk meningkatkan dan meningkatkan momen sehari-hari, membuatnya mudah diingat.



Gambar 41. Filter Kehidupan

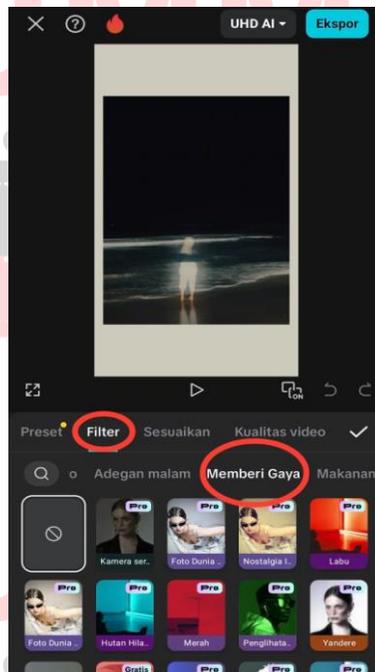
Filter ini disesuaikan untuk menghadirkan yang terbaik dalam beragam skenario kehidupan. Baik itu pemandangan kota yang ramai, pedesaan yang tenang, atau pesta yang semarak, filter Life menambah ke dalaman, warna, dan kejelasan visual. Misalnya, sehari di pantai dapat diubah dengan filter ini. Ini secara bersamaan menangkap rona keemasan pasir dan biru biru biru air.

Tapi ini bukan hanya tentang meningkatkan visual. Filter Life juga bermain dengan cahaya, bayangan, dan kontras, memastikan suasana video sejajar dengan suasana hati saat itu. Hari yang cerah terasa lebih cerah, dan hari hujan lebih reflektif. Selain itu, bagi pembuat konten, filter ini adalah anugerah. Mereka dapat mengatur nada untuk konten mereka, baik itu vlog, video perjalanan, atau dokumenter. Dengan pengaturan yang mudah digunakan dan berbagai opsi, pembuat

konten dapat bereksperimen dan menemukan filter sempurna yang sesuai dengan visi mereka.

b. CapCut Filter Gaya

Gaya mencerminkan kepribadian, dan video tidak berbeda. Apakah Anda membuat vlog mode, menampilkan proyek DIY, atau berbagi cerita pribadi, filter Gaya dalam CapCut membantu mengatur nada yang tepat.



Gambar 42. Filter Gaya

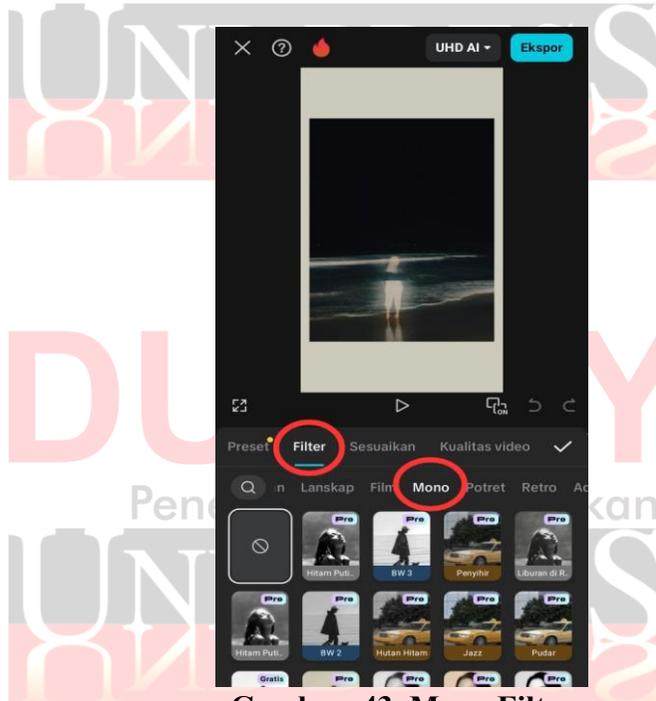
Filter ini menambahkan sentuhan kecanggihan pada video Anda. Mereka bermain dengan kontras, warna, dan saturasi untuk tampilan yang dipoles. Apakah Anda menginginkan getaran vintage, tampilan minimalis modern, atau warna pop yang semarak, ada filter CapCut untuk setiap suasana hati.

Selain itu, filter Gaya serbaguna. Mereka dapat digunakan untuk berbagai video, dari vlog perjalanan hingga tutorial. Mereka memastikan konten terlihat bagus dan beresonansi dengan penonton, membuat video Anda menonjol di lautan konten.

c. CapCut Mono Filter

Mono menangkap emosi, ekspresi, dan momen. Dengan filter mono CapCut, setiap potret menceritakan sebuah kisah. Filter ini meningkatkan fitur wajah, memastikan bahwa subjek menonjol.

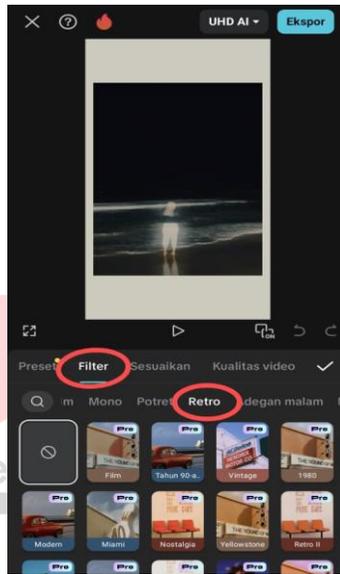
Baik foto close-up atau grup, filter mono menambah kedalaman dan kejelasan. Mereka menghaluskan ketidaksempurnaan dan memastikan bahwa fokus tetap pada subjek. Filter potret sangat berharga bagi pembuat konten, terutama yang berfokus pada konten yang berpusat pada orang. Mereka memastikan subjek terlihat terbaik, membuat konten lebih menarik dan relatable.



Gambar 43. Mono Filter

d. CapCut Filter Retro

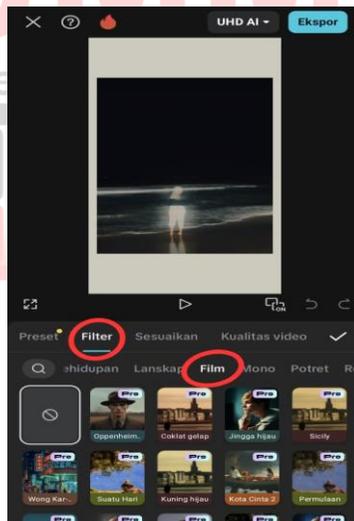
Nostalgia memiliki pesona abadi. Dengan filter retro CapCut, Anda dapat mengangkut pemirsa Anda kembali ke masa lalu. Filter ini dirancang untuk memberikan video tampilan vintage, mirip dengan masa keemasan bioskop.



Gambar 44. Filter Retro

e. CapCut Film Filter

Filter film CapCut adalah salah satu fitur berharganya. Ini dirancang untuk memberikan kualitas profesional dan seperti film. Filter ini menyesuaikan penilaian warna video, kecerahan, kontras, dan saturasi untuk mencapai tampilan sinematik yang dicari.



Gambar 45. Film Filter

3. Temukan CapCut Filter Potret AI

Dalam pengeditan video, filter memainkan peran penting dalam mengatur suasana hati, nada, dan estetika konten secara keseluruhan. Mereka dapat mengubah rekaman biasa menjadi mahakarya hebat dan menceritakan sebuah kisah tanpa kata-kata. Filter CapCut menawarkan pembuat alat untuk menghirup kehidupan ke dalam video mereka. Ini memastikan bahwa setiap bingkai beresonansi dengan pemirsa. Mari kita menggali lebih dalam beberapa filter CapCut paling dicari.

CapCut AI Filter adalah alat revolusioner dengan kekuatan kecerdasan buatan untuk menciptakan potret seperti aslinya. Pengguna dapat mengubah gambar mereka menjadi potret buatan AI yang menakutkan dengan filter ini CapCut tanpa banyak kerumitan.

a. Fitur Utama dari AI Portrait Generator

- 1) **Generasi instan:** Dengan satu klik, menghasilkan potret AI kustom dalam hitungan detik.
- 2) **Pertahankan detail asli:** Alat ini mempertahankan esensi gambar asli sambil memperkenalkan gaya baru.
- 3) **Berbagai gaya:** Dari kartun 3D hingga pop dan manga, pengguna dapat memilih berbagai jenis untuk mencerminkan preferensi artistik mereka.

b. Cara Menggunakan Generator Potret AI

Berikut Langkah-langkah menggunakan generator potret ai di aplikasi Capcut.

- 1) **Unggah:** Seret dan jatuhkan foto potret Anda atau unggah dari CapCut Cloud atau perangkat lokal.
- 2) **Hasilkan:** Pilih potret yang diinginkan, dan temukan gaya AI di sisi kanan permukaan. Kemudian klik tombol gaya dan tombol Potret. Pilih salah satu yang sesuai dengan foto Anda sesuai keinginan Anda.
- 3) **Ekspor:** Perbaiki potret buatan AI Anda dan ekspor gaya ideal Anda.

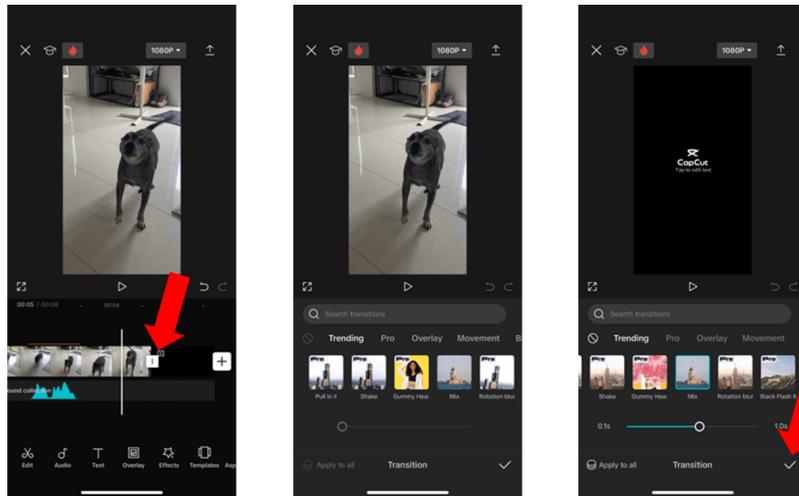
Sementara filter AI CapCut memiliki fitur yang menonjol, perangkat lunak ini menawarkan banyak alat ajaib lainnya yang dapat dijelajahi pengguna. Dari transfer gaya gambar ke peningkatan dan stabilisasi video, rangkaian alat CapCut dirancang untuk memenuhi semua kebutuhan kreatif Anda.

E. Menerapkan Transisi yang Halus

1. Cara Menemukan Transisi di CapCut

Untuk membuat video yang lebih menarik dan mulus, CapCut menyediakan berbagai pilihan transisi. Anda dapat menemukan transisi dengan cara membuka aplikasi CapCut dan masuk ke proyek yang sedang diedit. Selanjutnya, pilih klip video yang ingin diberi transisi, lalu ketuk ikon '**Transisi**' yang muncul di antara dua klip. Dari sana, Anda bisa menjelajahi berbagai efek transisi yang tersedia, seperti fade, slide, glitch, dan masih banyak lagi. Setelah memilih transisi yang sesuai, atur durasinya agar sesuai dengan alur video, lalu simpan perubahan. Dengan transisi yang tepat, video Anda akan terlihat lebih profesional dan enak ditonton.

Jika Anda mengedit video di aplikasi seluler CapCut, menemukan efek transisi sangatlah mudah. Transisi ini berfungsi untuk menghaluskan perpindahan antara satu klip ke klip lainnya, sehingga video terlihat lebih profesional dan dinamis. Untuk menambahkannya, pertama-tama buka proyek yang sedang Anda edit di CapCut. Kemudian, cari garis putih kecil yang terletak di antara dua klip video. Klik ikon tersebut untuk menampilkan menu transisi.



Gambar 46. Transisi di CapCut

Dari sini, Anda dapat mencari dengan mengetikkan nama efek transisi favorit Anda, atau sekadar menggulir pustaka transisi yang besar. Dan, Anda akan dapat mengakses transisi, audio, teks, filter, dan banyak lagi fitur dan pengaturan CapCut.

2. Cara Menambahkan Efek Transisi Teks di CapCut

Setelah Anda terbiasa dengan lokasi efek transisi di CapCut, saatnya untuk mulai menambahkan transisi ke klip video Anda.

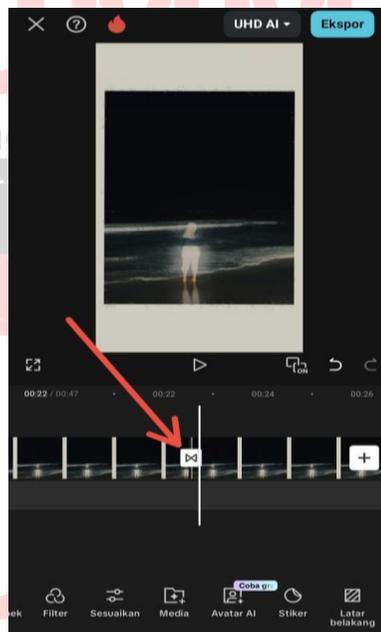
a. Tambahkan Transisi Menggunakan Aplikasi Seluler

Setelah Anda menemukan transisi yang ingin ditambahkan menggunakan aplikasi seluler, cukup ketuk transisi tersebut. CapCut akan menampilkan pratinjau dan Anda dapat menggunakan penggeser untuk mengubah durasi transisi. Setelah Anda puas dengan tampilannya, Anda juga dapat memilih untuk menerapkan transisi ke semua klip. Klik simbol centang di sisi kanan bawah untuk menerapkan transisi dan menyelesaikan.

b. Cara Menambahkan Efek Transisi Teks di CapCut

Menambahkan efek transisi teks di CapCut hanya memerlukan beberapa langkah lebih banyak dari yang telah kita bahas sejauh ini. Untuk menambahkan efek transisi ke teks

keterangan Anda di CapCut, buat teks keterangan khusus dengan menambahkan teks default ke proyek Anda atau menggunakan alat teks otomatis. Terapkan gaya apa pun yang Anda inginkan pada teks Anda, lalu sorot klip Anda dan klik "Buat klip gabungan", ini memungkinkan Anda untuk menambahkan transisi video. Sebelum menambahkan transisi video, gunakan alat potong untuk membagi klip gabungan Anda di titik-titik perubahan teks Anda.



Gambar 47. Efek Transisi Teks

Aspek yang sama pentingnya dari penyuntingan video profesional adalah mengenali kapan transisi tidak diperlukan. Penggunaan transisi secara berlebihan, terutama yang mencolok atau rumit, dapat dengan cepat membanjiri konten Anda, mengalihkan perhatian audiens Anda, dan membuat karya Anda terkesan amatir. Kesalahan pemula ini umum terjadi di antara para pemula yang tertarik dengan berbagai pilihan yang ditawarkan CapCut. Apa yang dipelajari sebagian besar editor video dari waktu ke waktu adalah bahwa tanda seorang profesional berpengalaman tidak hanya terletak pada seberapa

baik mereka menerapkan transisi tetapi juga pada pengendalian diri mereka.

Terkadang, potongan sederhana merupakan cara paling efektif untuk berpindah dari satu adegan ke adegan berikutnya, dengan menjaga perhatian penonton tetap terfokus pada konten, bukan pada efeknya. Mempelajari kapan harus membiarkan konten berbicara sendiri tanpa gangguan transisi yang mencolok sebenarnya akan lebih melibatkan audiens Anda.

3. Tips Saat Bekerja dengan Efek Transisi di CapCut

Berikut adalah daftar kiat jitu bagi editor pemula yang menggunakan CapCut untuk menambahkan transisi mulus ke konten mereka:

- a. **Rencanakan Transisi Anda:** Sebelum memulai proses penyuntingan video, visualisasikan cerita yang ingin Anda sampaikan. Transisi yang lancar melengkapi narasi dengan memastikan alur yang lancar di antara adegan. Tidak semua transisi cocok untuk setiap momen, jadi perencanaan ke depan dapat menghemat waktu dan menyempurnakan penceritaan.
- b. **Bereksperimen dengan Berbagai Transisi:** CapCut menawarkan berbagai macam opsi transisi, mulai dari fade dan cut sederhana hingga efek 3D yang lebih rumit. Luangkan waktu untuk bereksperimen dengan berbagai transisi ini untuk memahami dampaknya terhadap narasi dan estetika video Anda. Menemukan keseimbangan yang tepat dapat mengubah video yang bagus menjadi video yang luar biasa.
- c. **Sesuaikan Transisi dengan Suasana Video Anda:** Efek transisi yang Anda pilih harus sesuai dengan suasana dan tempo video Anda. Transisi yang cepat dan dinamis mungkin cocok untuk konten yang ceria dan energik, sementara transisi yang lebih halus dan lambat mungkin lebih cocok untuk konten yang lebih serius atau bertema naratif. Transisi harus meningkatkan, bukan mengalihkan, pesan video Anda.
- d. **Gunakan Klip Gabungan untuk Transisi Kompleks:** Untuk pengeditan yang lebih kompleks, terutama saat menerapkan transisi antara teks dan klip video, gunakan fitur 'Buat klip gabungan'. Fitur ini memastikan integrasi teks dan video yang

lancar, memungkinkan transisi halus yang membuat pemirsa tetap fokus pada konten Anda.

- e. **Pertahankan Konsistensi:** Meskipun mungkin tergoda untuk menggunakan banyak transisi berbeda untuk menunjukkan keterampilan Anda, konsistensi sering kali menghasilkan video yang tampak lebih profesional. Memilih beberapa jenis transisi dan menggunakannya secara konsisten di seluruh video dapat membantu mempertahankan pengalaman visual yang kohesif bagi audiens Anda.
- f. **Lebih Pendek Seringkali Lebih Baik:** Saat menentukan durasi transisi, ingatlah bahwa transisi yang lebih pendek biasanya memiliki kecepatan yang lebih baik dan membuat penonton tetap tertarik. Meskipun ada pengecualian, terutama untuk tujuan gaya atau dramatis, transisi yang terlalu panjang dapat mengganggu alur video.
- g. **Pratinjau Transisi:** Selalu pratinjau transisi Anda dalam konteks keseluruhan video. Sesuatu yang tampak bagus jika dilihat sendiri mungkin tidak berfungsi dengan baik jika dilihat sebagai bagian dari keseluruhan. Fitur pratinjau CapCut memudahkan Anda untuk memeriksa bagaimana transisi yang Anda pilih menyatu dengan keseluruhan video sebelum menyelesaikannya.
- h. **Sempurnakan Transisi dengan Keyframe:** Bagi pengguna tingkat lanjut, menambahkan keyframe di CapCut dapat memberikan kontrol yang tepat atas efek transisi, sehingga Anda dapat menyempurnakan bagaimana dan kapan transisi terjadi. Hal ini sangat berguna untuk menciptakan transisi yang halus dan sesuai dengan tempo dan gaya video Anda.
- i. **Cari Inspirasi:** Terakhir, jangan ragu untuk menonton video lain untuk mendapatkan inspirasi. Banyak kreator menggunakan CapCut dan membagikan proyek mereka secara daring. Mengevaluasi pilihan transisi mereka dapat memberikan ide dan wawasan baru untuk proyek video Anda sendiri.

Ingat, tujuan penggunaan transisi adalah untuk menyempurnakan alur cerita video Anda dengan memastikan alur yang lancar antara adegan atau ide. Dengan latihan dan

eksperimen, Anda akan menemukan kombinasi transisi yang tepat untuk meningkatkan proyek penyuntingan video Anda ke tingkat berikutnya.

Efek transisi video menyertai cerita welas asih dalam konten Anda dan menghubungkan klip yang berbeda untuk mengatur adegan dan memikat perhatian pemirsa. Video Anda adalah storyboard, dan menganggap transisi sebagai efek sinematik yang pasangan dan tembakan berturut-turut dalam cara untuk transit dalam aliran lancar. Siap untuk menjelajahi ranah efek transisi? CapCut dapat membawa pencarian Anda ke akhir yang indah! Cobalah secara gratis.

4. Pentingnya efek transisi dalam pengeditan video

Efek transisi berfungsi sebagai teknik pengeditan video tingkat lanjut, yang menyamakan dua bidikan dalam video dengan cara yang dapat mereka tambahkan ke interaksi visual pemirsa. Setiap gerakan sinematik atau kreatif antara dua visual adalah efek transisi yang meningkatkan standar presentasi artistik. Efek transisi video ini berkisar dari potongan sederhana hingga larut, pudar, dan tisu yang licik. Anda dapat menggunakan efek visual ini yang dapat digunakan untuk tujuan pribadi dan profesional. Videografer dan pembuat film kebanyakan menggunakan transisi untuk membuat video atau film mereka mengalir secara kreatif untuk menarik penonton. CapCut adalah aplikasi masuk Anda secara online untuk menambahkan efek transisi imajinatif dan licik secara gratis. Cukup daftar secara gratis dan lihat sendiri keajaibannya.

F. Menyesuaikan Musik dan Suara Latar

CapCut adalah aplikasi edit video yang memungkinkan pengguna menambahkan musik, suara latar, dan efek suara untuk menciptakan video yang lebih menarik dan profesional. Musik dan suara latar berperan penting dalam membangun suasana dan meningkatkan kualitas video. Oleh karena itu, memahami cara menyesuaikan musik dan suara latar di CapCut sangat penting agar hasil editan lebih harmonis dan enak didengar.

1. Menambahkan Musik atau Suara Latar

Musik dan suara latar bisa memberikan nuansa berbeda dalam video. Musik yang tepat bisa membuat video terasa lebih dramatis, ceria, atau bahkan menegangkan. Sementara itu, suara latar seperti efek suara atau rekaman narasi bisa membantu memperjelas isi video.

Untuk menambahkan musik atau suara latar ke dalam video di CapCut, ikuti langkah-langkah berikut:

a. Masuk ke Menu “Audio”

- 1) Pilih opsi “Audio” yang tersedia di bagian bawah layar.
- 2) Di dalam menu ini, terdapat beberapa pilihan untuk menambahkan suara:
 - a) Musik: Memilih lagu dari pustaka bawaan CapCut atau mengimpor lagu dari perangkat.
 - b) Efek Suara: Menambahkan efek suara seperti suara tepuk tangan, lonceng, atau suara alam.
 - c) Ekstrak Suara dari Video: Jika ingin menggunakan suara dari video lain, pilih opsi ini dan pilih video yang diinginkan.
- 3) Rekam Suara: Jika ingin menambahkan narasi atau suara sendiri, gunakan fitur rekaman langsung.

b. Memilih Musik atau Suara Latar yang Sesuai

- 1) Jika memilih musik dari pustaka CapCut, cari musik yang sesuai dengan suasana video.
- 2) Jika mengimpor musik dari perangkat, pastikan file musik memiliki kualitas yang baik agar hasil akhir terdengar jernih.

2. Mengedit Musik atau Suara

Setelah menambahkan musik atau suara latar, langkah selanjutnya adalah mengeditnya agar sesuai dengan video. Musik yang terlalu keras atau tidak sinkron dengan adegan bisa mengganggu pengalaman menonton. Oleh karena itu, beberapa penyesuaian perlu dilakukan agar hasil akhirnya lebih harmonis.

a. Memotong dan Menyesuaikan Durasi

Tidak semua bagian lagu atau suara perlu digunakan dalam video, terutama jika ada bagian yang terlalu panjang, kurang relevan, atau tidak sesuai dengan suasana yang ingin disampaikan. Dalam beberapa kasus, bagian tertentu dari lagu mungkin memiliki tempo yang tidak cocok dengan ritme video, sehingga perlu dipotong atau disesuaikan agar lebih selaras dengan adegan yang ditampilkan.

- 1) Klik pada trek audio yang telah ditambahkan ke timeline.
- 2) Geser titik awal dan titik akhir trek untuk memotong bagian yang tidak diinginkan.
- 3) Jika ingin menggunakan bagian tertentu dari lagu, potong bagian yang tidak diperlukan.

b. Mengatur Volume Musik dan Suara

Beberapa video mungkin memiliki suara asli yang perlu diseimbangkan dengan musik latar.

- 1) Klik pada trek audio, lalu pilih opsi “Volume”.
- 2) Sesuaikan volume agar tidak terlalu keras atau terlalu pelan dibanding suara asli video.
- 3) Jika dalam video terdapat dialog, pastikan volume musik tidak terlalu mendominasi agar suara dialog tetap jelas terdengar.

c. Menggunakan Efek Fade In dan Fade Out

Efek ini berguna untuk transisi yang lebih halus antara adegan atau perubahan musik.

- 1) Klik pada trek audio dan pilih opsi “Fade”.
- 2) Gunakan Fade In agar suara masuk secara perlahan di awal lagu.
- 3) Gunakan Fade Out agar suara menghilang secara bertahap di akhir lagu, memberikan kesan yang lebih halus dan profesional.

d. Menyesuaikan Kecepatan Musik

Terkadang, lagu yang digunakan mungkin terlalu cepat atau terlalu lambat untuk mengikuti ritme video.

- 1) Pilih trek audio, lalu cari opsi “Kecepatan”.
- 2) Percepat atau perlambat tempo musik agar sesuai dengan kecepatan video.

e. Menghapus Noise atau Suara Bising

Suara latar yang terlalu berisik dapat mengganggu fokus pada video.

- 1) Jika terdapat suara bising yang mengganggu, pilih opsi “Pengurangan Noise”.
- 2) Fitur ini membantu menghilangkan suara latar yang tidak diinginkan, sehingga suara utama lebih jelas.

3. Menyesuaikan Sinkronisasi Musik dengan Video

Sinkronisasi antara musik dan video sangat penting agar hasil editan terlihat lebih profesional. Video yang bergerak sesuai dengan beat musik akan terasa lebih dinamis dan menarik. Begitu juga dengan efek suara yang pas pada momen tertentu, bisa memberikan dampak yang lebih kuat bagi penonton.

a. Menyesuaikan Beat Musik dengan Gerakan Video

- 1) Pilih musik yang memiliki ritme yang sesuai dengan transisi dan adegan dalam video.
- 2) Gunakan fitur "**Ketuk Irama**" untuk menandai momen penting dalam lagu agar sesuai dengan perubahan adegan dalam video.

b. Menyesuaikan Transisi dengan Ketukan Musik

- 1) Jika ingin membuat video yang mengikuti ritme musik, perhatikan ketukan musik saat memotong klip.
- 2) Sesuaikan perubahan adegan dengan perubahan beat agar video terasa lebih dinamis.

c. Menyinkronkan Dialog dengan Musik Latar

- 1) Jika video memiliki dialog, pastikan volume musik tidak mengganggu percakapan.
- 2) Gunakan fitur “**Volume Otomatis**” untuk menyesuaikan volume musik secara otomatis saat ada suara dialog.

BAB 4

MENYEMPURNAKAN VIDEO SEBELUM DIPUBLIKASIKAN

A. Menyesuaikan Durasi Video untuk Platform yang Berbeda

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi interaksi, berbagi informasi, dan penciptaan konten oleh penggunanya melalui jaringan internet (Dewa & Safitri, 2021). Menyesuaikan durasi video untuk platform yang berbeda sangat penting agar konten dapat menjangkau audiens dengan maksimal. Setiap platform memiliki preferensi durasi yang berbeda-beda, sesuai dengan karakteristik penggunanya. Durasi video adalah salah satu faktor kunci dalam menarik perhatian audiens. Dalam dunia digital yang serba cepat, pengguna sering kali hanya memiliki waktu singkat untuk melihat konten. Oleh karena itu, video yang terlalu panjang dapat menyebabkan penonton kehilangan minat. Dalam dunia digital yang serba cepat ini, durasi video menjadi faktor krusial yang memengaruhi tingkat keterlibatan audiens. Setiap platform media sosial memiliki karakteristik dan preferensi durasi video yang berbeda, yang didasarkan pada perilaku pengguna dan algoritma platform tersebut. Menyesuaikan durasi video untuk setiap platform bukan hanya tentang mematuhi batas waktu yang ditetapkan, tetapi juga memastikan pesan yang disampaikan efektif dan menarik perhatian audiens dalam waktu yang optimal.

Menyesuaikan durasi video untuk berbagai platform adalah langkah penting dalam strategi pemasaran digital atau pembuatan konten. Setiap platform memiliki audiens yang unik, algoritma yang berbeda, dan batasan teknis tertentu. Oleh karena itu, memahami durasi ideal dan cara mengoptimalkan video untuk setiap platform dapat membantu meningkatkan engagement, retensi penonton, dan efektivitas pesan yang ingin disampaikan. Durasi video memainkan peran besar dalam menarik perhatian audiens. Penelitian menunjukkan bahwa perhatian pengguna di media sosial cenderung singkat karena banyaknya konten yang bersaing di feed mereka. Jika video terlalu panjang atau tidak langsung ke inti, penonton bisa

kehilangan minat dan berhenti menonton. Salah satu platform media sosial yang menjadi tren dan tengah populer adalah TikTok tetapi ada juga seperti Capcut, Intagram, Fecebook, dan YouTobe. Ada beberapa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Durasi Video untuk Platform yang Berbeda yaitu sebagai berikut:

1. Algoritma Platform yaitu Algoritma media sosial sering memprioritaskan video yang memiliki tingkat retensi tinggi (jumlah waktu penonton menonton video). Video yang terlalu panjang bisa membuat penonton berhenti lebih awal, sehingga algoritma akan menurunkan jangkauan video tersebut.
2. Kebiasaan Audiens yaitu Setiap platform memiliki pola konsumsi konten yang berbeda. Misalnya, pengguna TikTok lebih menyukai konten pendek dan cepat, sementara pengguna YouTube sering mencari konten yang lebih panjang dan mendalam.
3. Jenis Konten yaitu Durasi ideal juga bergantung pada jenis konten. Video tutorial mungkin memerlukan waktu lebih lama dibandingkan dengan video hiburan atau promosi singkat

TikTok telah mengalami pertumbuhan popularitas yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Novita et al. (2023), pada tahun 2020, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Kesuksesan ini tidak terlepas dari algoritma unik yang dimiliki TikTok dalam merekomendasikan konten relevan kepada penggunanya, sehingga memfasilitasi penyebaran konten viral dengan mudah. Selain itu, fitur-fitur yang menarik dan kemudahan dalam membuat konten kreatif juga menjadi faktor pendorong popularitas TikTok. Di era digital saat ini, TikTok memiliki potensi besar sebagai platform bisnis. Menurut Hayati dan Sudradjat (2022), TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar. Mumtaz dan Saino (2021) juga menyatakan bahwa TikTok dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif untuk produk atau layanan tertentu. Salah satu keunggulan utama TikTok sebagai platform bisnis adalah kemampuannya dalam membangun hubungan interaktif dengan audiens. Fitur live streaming dan komentar pada video di TikTok memfasilitasi komunikasi dua arah antara pemilik bisnis dan calon

konsumen. Hal ini membantu membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen. Selain itu, konten kreatif dan menarik di TikTok dapat berdampak signifikan pada tingkat engagement dan jumlah penonton. Dengan menerapkan strategi yang tepat, seperti menciptakan konten yang relevan dengan target audiens, memanfaatkan tren populer, dan berkolaborasi dengan influencer, bisnis dapat meningkatkan visibilitas dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui TikTok. Namun demikian, keberhasilan pemasaran di TikTok juga bergantung pada pemahaman mendalam tentang platform tersebut, tren penggunaan, serta preferensi audiens. Dengan memanfaatkan potensi TikTok sebagai platform bisnis secara optimal, bisnis dapat mencapai tujuan pemasaran mereka di era digital ini. Tantangan utama yang dihadapi bisnis dalam memanfaatkan TikTok adalah persaingan konten yang sangat tinggi (Novita et al., 2023). Dengan jutaan pengguna yang secara aktif memproduksi dan membagikan konten, dapat menjadi sulit bagi bisnis untuk menonjolkan konten mereka di antara kerumunan. Hal ini mengharuskan bisnis untuk terus berinovasi dan menciptakan konten yang menarik, unik, dan menghibur agar dapat menarik perhatian audiens. Selain itu, algoritma TikTok yang sering berubah juga menjadi tantangan tersendiri. Algoritma ini menentukan konten mana yang akan ditampilkan kepada pengguna berdasarkan preferensi dan interaksi mereka sebelumnya. Perubahan algoritma dapat membuat bisnis harus terus menyesuaikan strategi konten mereka agar tetap relevan dan terlihat oleh audiens yang ditargetkan.

Pengaturan durasi video sangat penting dalam perencanaan konten, karena audiens memiliki rentang perhatian yang terbatas, terutama di media sosial. Untuk platform seperti Instagram dan TikTok, video promosi yang efektif biasanya berdurasi singkat, sekitar 15 hingga 30 detik. Pada durasi ini, perlu menyusun konten yang ringkas namun padat informasi agar tetap menarik dan tidak membuat audiens kehilangan minat. Di YouTube atau Facebook, video dengan durasi lebih panjang, misalnya 1 hingga 3 menit, bisa lebih efektif karena kedua platform ini memungkinkan pengguna mengonsumsi konten yang lebih lama. Selain durasi, pemilihan platform juga harus mempertimbangkan jenis audiens dan tujuan promosi. TikTok dan Instagram lebih cocok untuk konten yang

bersifat ringan, cepat, dan visual yang menarik, sementara YouTube lebih ideal untuk video yang berisi informasi detail atau tutorial produk. Oleh karena itu, perlu menyesuaikan durasi dan jenis platform yang dipilih sesuai dengan karakteristik produk dan target audiens mereka. Platform yang tepat dapat meningkatkan efektivitas konten, memperluas jangkauan, dan meningkatkan interaksi audiens terhadap produk.

CapCut adalah adanya fitur-fitur AI yang memudahkan proses pengeditan, bahkan bagi pemula. Salah satu fitur yang bermanfaat adalah Auto Cut, yang dapat membantu pengguna dalam memilih klip terbaik dari beberapa rekaman yang diambil. Dengan menggunakan algoritma AI, CapCut mampu menganalisis setiap klip dan merekomendasikan potongan video yang memiliki komposisi, pencahayaan, dan fokus terbaik. Fitur ini sangat berguna bagi yang memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan pengeditan manual. Fitur lainnya adalah teks otomatis dan transkripsi suara ke teks, yang memungkinkan pengguna menambahkan subtitle tanpa harus mengetik secara manual. Fitur ini sangat membantu dalam menciptakan konten yang inklusif, terutama untuk audiens yang mungkin menonton video tanpa suara. Dengan adanya teks otomatis, informasi tentang produk dapat tersampaikan dengan jelas. CapCut juga memiliki fitur untuk mengubah background, menambahkan efek animasi, serta filter yang sesuai dengan tone video yang diinginkan. Proses editing adalah tahap di mana semua elemen video digabungkan dan disempurnakan agar terlihat profesional dan menarik.

CapCut menyediakan berbagai fitur editing dasar dan lanjutan yang dapat membantu dalam penyusunan video promosi, seperti pemotongan klip, penambahan musik, efek transisi, dan filter warna. Salah satu fitur menarik di CapCut adalah kemampuan untuk menambahkan efek transisi yang halus di antara adegan. Efek transisi yang tepat dapat membantu menjaga perhatian audiens dengan memberikan pengalaman visual yang lebih dinamis. Filter warna juga dapat menambah kesan estetik pada video. Bisa memilih filter yang sesuai dengan karakter produk atau nuansa yang ingin disampaikan. Misalnya, filter dengan tone hangat cocok untuk produk kuliner, sedangkan filter warna pastel bisa lebih cocok untuk produk fashion atau kecantikan. CapCut juga memungkinkan pengguna untuk

menambahkan efek animasi atau teks yang bergerak, yang dapat membantu menekankan informasi penting dalam video. CapCut menyediakan banyak template yang bisa digunakan oleh pengguna untuk mempercepat proses editing. Template ini sangat berguna bagi yang mungkin tidak memiliki banyak waktu untuk mengedit video dari awal. Dengan menggunakan template, pengguna hanya perlu memasukkan klip video dan teks sesuai kebutuhan, sementara CapCut akan mengatur efek transisi, musik, dan layout sesuai template yang dipilih. Template ini juga sering diperbarui agar sesuai dengan tren terkini, sehingga konten yang dihasilkan akan selalu relevan dan menarik di platform media sosial. Pemilihan template sebaiknya disesuaikan dengan jenis produk dan platform yang akan digunakan. Misalnya, untuk promosi produk kuliner di Instagram, template dengan fokus pada detail produk dan efek transisi yang halus bisa lebih cocok. Sementara untuk TikTok, template yang lebih dinamis dan memiliki perubahan tempo yang cepat akan lebih menarik perhatian audiens. Dengan adanya fitur ini, dapat membuat video promosi yang profesional tanpa harus menghabiskan waktu lama dalam proses editing.

YouTube merupakan platform media sosial, yang telah memosisikan dirinya sebagai salah satu platform audio visual di mana melalui YouTube, khalayak dapat memilih dan memperoleh konten apapun yang mereka inginkan, mulai dari konten informatif hingga hiburan. Penelitian dari We Are Social pada 2023 menunjukkan bahwa waktu mengonsumsi YouTube secara global menjadi yang kedua tertinggi (23,1 jam/bulan) setelah TikTok (23,5 jam/bulan) (We Are Social Indonesia, 2023). Di tahun yang sama, Indonesia sendiri menjadi pengguna YouTube terbesar keempat di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil (Annur, 2023). Berikut adalah beberapa platform populer untuk distribusi video promosi yaitu sebagai berikut:

1. Instagram yaitu Dengan fitur Reels dan Stories, Instagram memungkinkan menampilkan video dalam format pendek yang menarik. Platform ini ideal untuk target 13 audiens yang berusia muda dan sangat visual. Konten video kuliner, tutorial singkat, dan pengenalan produk cocok untuk ditampilkan di sini.
2. TikTok adalah platform berbasis video dengan durasi pendek yang mendukung konten kreatif, terutama yang disertai musik dan efek

- menarik. Penggunaan hashtag dan tren populer sangat penting untuk menjangkau audiens di platform ini.
3. Facebook yaitu Sebagai salah satu platform sosial terbesar, Facebook memberikan peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas. dapat mengunggah video ke halaman bisnis dan memanfaatkan fitur Facebook Ads untuk meningkatkan jangkauan secara organik maupun berbayar.
 4. YouTube yaitu Platform ini sangat ideal untuk video berdurasi lebih panjang, seperti tutorial mendalam atau dokumentasi proses pembuatan produk. Video promosi di YouTube juga dapat diperkuat dengan optimasi kata kunci di deskripsi dan judul video untuk memudahkan pencarian.
 5. Website dan E-commerce yaitu Selain media sosial, menempatkan video promosi di website atau halaman produk di situs e-commerce dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen. Pengunjung bisa melihat langsung cara kerja produk atau keunikan produk sebelum memutuskan untuk membeli.

B. Menyusun Narasi yang Menarik

Menurut Lamudin Finoza (2009) Narasi adalah suatu bentuk tulisan yang berusaha menciptakan, mengisahkan, merangkaikan tindak tanduk perbuatan manusia dalam sebuah peristiwa secara kronologis atau yang berlangsung dalam suatu kesatuan waktu. Hal ini menjelaskan bahwa dalam narasi terdapat rangkaian cerita yang mengisahkan tindak tanduk atau perbuatan manusia yang diceritakan secara kronologis dan sistematis, sehingga cerita yang disusun dengan rangkaian cerita yang logis, pembaca dapat melihat dan mengalami sendiri peristiwa yang dibaca. Narasi adalah elemen penting dalam video yang berfungsi sebagai jembatan antara pesan yang ingin disampaikan dan audiens yang dituju. Narasi yang baik dapat membuat video lebih hidup, menarik perhatian, dan meninggalkan kesan mendalam. Untuk menyempurnakan narasi sebelum video dipublikasikan, diperlukan proses yang terstruktur dan mendalam. Narasi memegang peran kunci dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah video. Narasi yang menarik tidak hanya membantu menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun

emosi, menggugah perasaan penonton, serta memperkuat daya tarik visual yang ditampilkan. Namun, menyusun narasi yang kuat dan berkesan bukanlah hal yang sederhana. Diperlukan perencanaan yang matang, kreativitas, serta kemampuan untuk memahami audiens. Narasi merupakan cerita yang dibangun dan dapat digeneralisasikan yang membantu memahami realitas kompleks dengan menghubungkan peristiwa atau fenomena secara kausal. Narasi sering menyertakan klaim tentang bagaimana satu peristiwa atau situasi menyebabkan atau mempengaruhi yang lain, menyediakan kerangka kerja untuk memahami fenomena kompleks. Analisis naratif adalah metode yang digunakan untuk memahami dan menafsirkan cerita yang diceritakan orang tentang pengalaman mereka. Ini melibatkan pemeriksaan struktur, konten, dan konteks narasi untuk mengungkap makna dan wawasan yang lebih dalam. Semantik dan semiotik adalah elemen utama dari struktur naratif. Semantik mengacu pada makna yang terbentuk dalam bahasa dan simbol, yang tersusun dengan struktur naratif, membentuk suatu cerita. Semiotika, mengacu pada interpretasi simbol dan tanda, menjelaskan kapasitas mereka untuk memberikan makna yang mendalam dan beragam dalam narasi.

Gaya narasi yang baik dalam video pendek, terutama pada platform Tiktok, sangat penting untuk menangkap dan mempertahankan perhatian penonton. Narasi yang ringkas dan menarik membantu menyampaikan pesan secara efektif dalam kerangka waktu terbatas yang khas dari video pendek. Video pendek yang memiliki gaya narasi yang baik memiliki pengaruh komunikasi dengan memastikan penargetan audiens yang benar, memfasilitasi interaksi dua arah, dan membantu penyebaran video secara efektif. Narasi yang baik dalam video ulasan suatu destinasi, dapat mengajak penonton secara visual ke destinasi, menciptakan rasa kehadiran. Pengalaman mendalam ini sangat penting dalam membentuk sikap yang menguntungkan terhadap destinasi, karena memungkinkan wisatawan potensial untuk merasa seolah-olah mereka adalah bagian dari cerita. Menyusun narasi yang menarik membutuhkan kreativitas sekaligus strategi terencana agar pesan tersampaikan secara efektif kepada audiens. Dengan memahami audiens, menentukan tujuan jelas, menyusun struktur logis, menggunakan bahasa menggugah emosi, serta mengintegrasikan elemen visual dan audio secara

harmonis, dapat menciptakan sebuah narasi yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur dan inspiratif. Tujuan akhir menulis yaitu memiliki kemampuan menulis itu sendiri. Seperti yang dinyatakan oleh Wilcox, keterampilan menulis adalah untuk membangun kalimat tatabahasa yang benar dan mengkomunikasikan makna dengan pembaca (Javed et al., 2013). Dalam hal ini untuk memiliki kemampuan menulis, harus mengenal banyak kosakata, mengetahui kalimat yang benar, membiasakan mengkaitkan kalimat yang satu dengan kalimat lainnya dan memperhatikan antar paragraf sehingga menjadi satu kesatuan cerita yang bermakna.

Setelah produk yang akan dipromosikan ditentukan, langkah selanjutnya adalah menyusun skrip dan narasi. Skrip adalah teks atau naskah yang akan digunakan dalam video untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Skrip yang baik harus singkat, jelas, dan mudah dipahami. Menggunakan bahasa yang sederhana namun menarik, sehingga audiens dapat dengan mudah menangkap pesan yang disampaikan. Untuk produk kuliner, misalnya, skrip dapat berfokus pada deskripsi rasa dan tekstur produk, atau kisah di balik pembuatan produk yang memberikan nilai tambah kepada audiens. Narasi dalam video promosi berperan penting dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Narasi dapat berbentuk penjelasan produk, cerita singkat tentang perjalanan bisnis atau testimoni dari konsumen yang sudah menggunakan produk tersebut. Penyusunan skrip narasi harus sesuai dengan karakter target audiens dan gaya komunikasi. Apabila ingin menargetkan audiens muda, skrip yang berisi bahasa yang santai dan informal dapat lebih mudah diterima dan relevan. Selain itu, narasi yang autentik dan jujur akan lebih mudah diterima audiens dan meningkatkan kepercayaan terhadap merek.

Menyusun narasi yang menarik dalam sebuah video adalah seni yang membutuhkan kreativitas, pemahaman emosi, serta strategi komunikasi yang kuat. Narasi yang baik dapat memperkuat pesan visual, membangun koneksi emosional dengan penonton, dan meningkatkan daya tarik serta engagement video sebelum dipublikasikan. Namun, banyak kreator video yang sering kali hanya fokus pada visual yang menarik, tanpa menyadari bahwa narasi yang kuat adalah "jiwa" dari video itu sendiri. Dengan narasi yang tepat,

video yang biasa saja bisa menjadi luar biasa, menyentuh hati penonton, dan meninggalkan kesan yang mendalam. Langkah pertama dalam merancang konten video promosi adalah memahami dan menentukan target audiens yang ingin dijangkau. Target audiens merupakan kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan atau ketertarikan khusus terhadap produk yang ditawarkan. Memahami karakteristik audiens akan membantu menciptakan konten yang relevan dan lebih mungkin menarik perhatian mereka. Misalnya, untuk produk kuliner tradisional, target audiens mungkin mencakup kelompok usia dewasa yang menghargai makanan khas daerah atau keluarga yang ingin memperkenalkan cita rasa lokal kepada anak-anak mereka. Menulis merupakan serangkaian kegiatan mengungkapkan ide, gagasan dan meluapkan perasaan dalam bentuk tulisan. Oleh karena itu, bahasa memegang peranan penting dalam mengungkapkan ide dan perasaan penulis. Isi ekspresi melalui bahasa akan dimengerti orang lain atau pembaca jika dituangkan dalam bahasa yang sistematis, teratur, sederhana, dan mudah dimengerti sehingga tulisan yang dihasilkan dapat dinikmati dan menambah pengetahuan pembaca. Hal ini sejalan dengan Morsey dalam Sugito, E, (2011) yang mengungkapkan bahwa menulis merupakan keterampilan berbahasa yang ekspresif dan produktif karena penulis harus terampil menggunakan grafologi, struktur bahasa dan memiliki pengetahuan bahasa yang memadai. Dalam kegiatan menulis, penulis selalu mencari jalan untuk menghidupkan ekspresi dari ide-ide yang tertuang dari pikiran penulis itu sendiri. Nunan menambahkan bahwa menulis adalah suatu aktivitas berbahasa yang rumit dan kompleks yang tidak hanya terjadi pada pembelajaran bahasa kedua, bahkan bahasa pertama (Nunan, 1993). Selanjutnya menulis menurut Nurudin adalah segenap rangkaian kegiatan seseorang dalam rangka mengungkapkan gagasan dan menyampaikannya melalui bahasa tulis kepada orang lain agar mudah dipahami. Menulis yang baik adalah menulis yang bisa dipahami oleh orang lain (Nurudin, 2010). Jadi kesimpulannya menulis adalah serangkaian kegiatan yang kompleks dalam menuangkan gagasan ke dalam sebuah tulisan untuk dipahami pembacanya.

Memahami siapa yang akan menonton video dan apa yang mereka cari akan sangat mempengaruhi elemen yang perlu

ditampilkan dalam konten, seperti gaya pengambilan gambar, musik, hingga bahasa yang digunakan dalam narasi. Menentukan target audiens juga membantu dalam memilih platform yang tepat untuk mendistribusikan konten. Setiap platform memiliki karakteristik pengguna yang berbeda. Misalnya, TikTok dan Instagram lebih populer di kalangan generasi muda, sementara Facebook dan YouTube lebih banyak diakses oleh pengguna dari berbagai kelompok usia. Oleh karena itu, memahami karakteristik demografis, seperti usia, gender, lokasi, dan minat audiens, akan memudahkan dalam menentukan platform mana yang paling sesuai. Selain demografi, perilaku dan preferensi konten yang disukai audiens juga penting untuk dipertimbangkan. Apakah audiens lebih menyukai video informatif atau visual yang estetik dan menarik secara emosional? Pengetahuan ini akan membantu menciptakan konten yang sesuai dengan ekspektasi audiens, sehingga video promosi dapat memberikan dampak maksimal. Berikut adalah Langkah-Langkah untuk menyusun narasi video yang menarik dan efektif yaitu sebagai berikut:

1. Memahami Audiens Secara Mendalam yaitu Sebelum mulai menulis narasi, langkah pertama adalah memahami siapa audiens kita. Narasi yang efektif harus relevan dengan kebutuhan, minat, dan gaya komunikasi audiens. Demografi Audiens yaitu menentukan Usia Apakah audiens Anda anak muda, dewasa, atau lansia?
2. Menentukan Tujuan Video yaitu Sebelum mulai menulis narasi, penting untuk menetapkan tujuan video dengan jelas. Apakah video tersebut bertujuan untuk Edukasi yaitu Memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada audiens Hiburan yaitu Menghibur penonton dengan cerita lucu atau menarik serta Promosi yaitu Mempromosikan produk atau layanan tertentu.
3. Membuat Struktur Narasi yaitu Struktur narasi adalah kerangka utama yang membantu audiens mengikuti alur cerita dengan mudah. Struktur ini biasanya terdiri dari tiga bagian utama yaitu yang pertama, Pembukaan (Hook) adalah Pembukaan adalah bagian terpenting untuk menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama. Yang kedua Isi (Body) yaitu Bagian ini merupakan inti dari narasi di mana pesan utama disampaikan dan

yang ketiga Penutup (Closing) yaitu Penutup harus memberikan kesimpulan yang kuat dan meninggalkan kesan mendalam pada audiens.

4. Menggunakan Bahasa yang Menarik yaitu Bahasa dalam narasi harus mampu menggugah emosi dan membuat audiens terhubung dengan cerita kita. Berikut adalah beberapa strategi menggunakan Bahasa yaitu Visualisasi Gunakan kata-kata deskriptif yang membantu audiens membayangkan apa yang akan kita sampaikan dan Cerita Pribadi yaitu Cerita pribadi dapat membuat narasi lebih autentik dan relatable.
5. Menggunakan Visual dan Audio yang Mendukung yaitu Visual dan audio adalah elemen penting dalam video yang dapat memperkuat narasi kita. Contohnya seperti Visual Gunakan gambar, klip video, atau grafik yang mendukung alur cerita dan Musik Latar yaitu Musik dapat meningkatkan suasana hati penonton.
6. Mengedit dan Merevisi Narasi yaitu Setelah menulis draf awal narasi, lakukan proses revisi secara menyeluruh. Bacalah narasi keras-keras untuk memastikan alur cerita mengalir dengan baik. Periksa kejelasan setiap bagian; pastikan tidak ada kalimat yang membingungkan. Hapus kata-kata atau frasa yang tidak perlu agar narasi lebih ringkas.
7. Mendapatkan Umpan Balik yaitu Sebelum finalisasi, mintalah pendapat dari orang lain mengenai narasi kita yaitu Tanyakan apakah mereka merasa terhubung dengan cerita. Apakah ada bagian yang kurang jelas atau kurang menarik?, serta Umpan balik dari orang lain dapat memberikan perspektif baru dan membantu memperbaiki kekurangan dalam narasi.
8. Melakukan Uji Coba Sebelum Publikasi yaitu Sebelum mempublikasikan video, lakukan uji coba terhadap versi final yaitu Tonton video bersama tim produksi, Perhatikan apakah ada bagian narasi yang terasa kurang pas dan Uji coba ini akan membantu memastikan bahwa semua elemen berjalan lancar sebelum dipublikasikan.

C. Teknik Storytelling untuk Konten Positif

Menurut Inan (2015), digital storytelling adalah bentuk penyajian atau penampilan sebuah storytelling dengan menggunakan media elektronik. Digital storytelling pada dasarnya adalah sebuah cerita yang diwujudkan dalam sebuah video yang dilengkapi dengan suara, gambar, teks, dan animasi sehingga lebih menarik (Kobayashi, dalam Inan 2015). Storytelling sebagai sebuah cara bernarasi memiliki kekuatan dalam menyentuh sisi emosional audiens. Praktik storytelling kerap dipraktikkan guna menarik atensi dari audiens dengan cara membawa mereka ke sebuah perjalanan emosi yang sederhana namun penuh pengalaman (Dhote & Kumar, 2019). Storytelling sudah ada sejak zaman Aristoteles dan terus berkembang hingga saat ini kita mengenal bentuk barunya yang bernama digital storytelling. Dalam dunia digital yang penuh persaingan saat ini, storytelling yang efektif menjadi kunci utama untuk menarik perhatian audiens dan membangun koneksi emosional yang kuat. Terutama untuk konten positif, storytelling yang baik dapat menyentuh hati, menginspirasi, dan bahkan memotivasi audiens untuk berbuat kebaikan.

Menurut Chen dan Li (2018) mengemukakan bahwa adanya dalam konten storytelling terdapat hubungan positif yang terjadi antara citra destinasi dengan pengalaman emosi. Menurut Woosnam dkk. (2020) konstruksi pada dimensi citra destinasi terdiri dari tiga komponen yaitu dari sisi kognitif, afektif, dan konatif. Ketiga komponen tersebut dianggap mempengaruhi solidaritas emosional khalayak dalam konten video storytelling (Woosnam et al., 2020). Pengaruh storytelling terhadap citra destinasi, dibutuhkan konsep pengalaman merek agar khalayak mampu memahami tujuan strategis penceritaan dan efek yang diantisipasi dari cerita (Youssef et al., 2019).

Teknik Storytelling untuk konten positif dalam menyempurnakan video sebelum dipublikasikan. Storytelling bukan hanya sekadar bercerita, tetapi juga tentang bagaimana kita menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan bermakna. Teknik storytelling yang efektif sangat penting dalam menciptakan konten positif yang menarik dan berkesan, terutama sebelum video dipublikasikan. Teknik storytelling adalah seni menyampaikan pesan

melalui narasi yang menarik, relevan, dan menyentuh emosi audiens. Storytelling adalah seni menyampaikan cerita yang mampu membangun koneksi emosional dengan audiens. Dalam pembuatan video positif, storytelling bukan sekadar menyusun kata-kata atau visual yang menarik, tetapi juga tentang bagaimana menyentuh hati, membangkitkan emosi, dan menyampaikan pesan yang bermakna. Dalam konteks video, storytelling yang efektif dapat meningkatkan interaksi, memperkuat pesan, dan membuat konten lebih berkesan. Dalam konteks video positif, storytelling berperan penting untuk membangun suasana yang inspiratif, memotivasi audiens, hingga mendorong mereka untuk melakukan tindakan positif.

Untuk itu dalam pembuatan konten perlu mengawasi percakapan yang sedang trending disekitarnya karena konten butuh untuk disebar luaskan kepada orang atau komunitas yang tepat, dan moment yang tepat. Ketika konten mengandung storytelling yang kuat maka, seperti membuka kesempatan bagi siapapun untuk membangun personal brandingnya sendiri. Raditya Dika, Rene Suhardono, Yoris Sebastian, saya dan kamu memiliki kesempatan membangun personal branding sebagaimana ketika kita memiliki konten yang produktif dan mampu memberi manfaat bagi orang lain dan diri kita (Hendroyono, 2019). Suatu produk dapat dipercaya jika ada seseorang yang speak up seputar produk itu sendiri artinya konten atas nama sebuah brand bisa dipercaya jika konten tersebut memiliki personal user yang hidup didalamnya karena dengan begitu akan membangun storytelling yang kuat untuk mencapai konten yang relatable.

Teknik storytelling untuk konten positif adalah pendekatan yang melibatkan penyampaian pesan atau informasi melalui narasi yang menarik, emosional, dan inspiratif. Teknik ini bertujuan untuk membangun koneksi emosional dengan audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami, diingat, dan berdampak positif pada perilaku serta pola pikir mereka. Dalam storytelling, elemen-elemen seperti karakter yang kuat, alur cerita yang jelas, konflik yang relevan, serta solusi yang membangun optimisme sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang mendalam bagi audiens. Selain itu, penggunaan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan emosi yang autentik dapat membantu membangun empati serta

meningkatkan rasa percaya dan keterlibatan audiens. Teknik ini juga memungkinkan audiens untuk merasakan perubahan positif melalui pengalaman orang lain, yang dapat memotivasi mereka untuk melakukan tindakan yang bermanfaat dan inspiratif. Dengan demikian, storytelling tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kesadaran, menanamkan nilai-nilai positif, dan menciptakan perubahan sosial yang lebih baik. Teknik storytelling untuk konten positif adalah metode komunikasi yang menggunakan narasi atau cerita untuk menyampaikan pesan, gagasan, atau nilai-nilai positif dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Teknik ini banyak digunakan dalam berbagai platform, seperti media sosial, blog, video, hingga kampanye sosial, karena terbukti mampu membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiens serta meninggalkan kesan yang mendalam.

Teknik storytelling untuk konten positif merupakan strategi komunikasi yang memanfaatkan kekuatan narasi atau cerita untuk menyampaikan pesan yang membangun, menginspirasi, dan memberikan dampak emosional yang mendalam kepada audiens. Teknik ini telah terbukti efektif dalam berbagai platform, baik itu media sosial, blog, video, podcast, hingga kampanye sosial, karena mampu menarik perhatian audiens dan membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami serta diingat. Dalam dunia yang dipenuhi dengan informasi yang berlimpah, storytelling menjadi cara yang kuat untuk membedakan konten positif dari konten negatif, serta membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiens. Dalam storytelling, ada beberapa elemen penting yang perlu diperhatikan agar pesan yang disampaikan dapat efektif dan berpengaruh. Pertama, menentukan tujuan dan pesan utama yang ingin disampaikan. Konten positif biasanya bertujuan untuk menginspirasi, memotivasi, mengedukasi, atau membangun kesadaran sosial. Oleh karena itu, pesan yang ingin disampaikan harus jelas, relevan, dan dapat menyentuh emosi audiens. Teknik storytelling juga dapat diperkuat dengan menggunakan data atau fakta yang mendukung, terutama jika konten bertujuan untuk edukasi atau kampanye sosial. Misalnya, dalam konten tentang kesehatan mental, menggabungkan kisah nyata seseorang yang berhasil bangkit dari depresi dengan data tentang

pentingnya menjaga kesehatan mental dapat meningkatkan kredibilitas dan memperkuat dampak positif yang ingin dicapai. Dengan menerapkan teknik storytelling yang tepat, konten positif tidak hanya dapat menghibur, tetapi juga mampu memberikan inspirasi, membangun empati, serta mendorong perubahan perilaku yang lebih baik dalam masyarakat. Hal ini menjadikan storytelling sebagai alat yang sangat efektif dalam membangun kesadaran sosial dan menyebarkan energi positif di era digital saat ini. Berikut adalah beberapa Langkah-langkah untuk menyempurnakan video dengan teknik storytelling yaitu sebagai berikut:

1. Tentukan Tujuan Cerita yaitu Sebelum mulai, penting untuk menetapkan tujuan dari video kita. Setiap cerita harus memiliki tujuan yang jelas. Tujuan ini bisa berupa edukasi, hiburan, motivasi, atau bahkan promosi. Dengan menetapkan tujuan sejak awal, kita dapat menyusun alur cerita yang terarah dan relevan dengan audiens. Apakah kita ingin mengedukasi, menginspirasi, atau menghibur penonton? Menentukan tujuan ini akan membantu kita menyusun narasi yang lebih terarah dan relevan dengan audiens.
2. Memahami Audiens yaitu Storytelling yang berhasil bergantung pada pemahaman mendalam tentang audiens Anda. Kenali demografi mereka (usia, minat, gaya komunikasi) untuk menciptakan cerita yang relatable. Misalnya yaitu Untuk audiens muda di TikTok, Instagram, Capcut dan YouTobe gunakan gaya bahasa santai dan visual dinamis. Untuk audiens profesional di LinkedIn, gunakan narasi yang lebih formal dan edukatif. Dengan memahami audiens, kita dapat menyampaikan cerita yang terasa dekat dan relevan bagi mereka.
3. Struktur Cerita yang Jelas yaitu Struktur cerita adalah inti dari storytelling yang efektif. Gunakan tiga elemen dasar yaitu Pembukaan yaitu Buat hook yang kuat untuk menarik perhatian dalam beberapa detik pertama. Contoh: pertanyaan provokatif atau visual yang mencolok, Konflik yaitu Hadirkan tantangan atau masalah yang relevan dengan audiens. Konflik ini menjadi inti cerita yang membuat penonton penasaran dan Resolusi yaitu Berikan solusi atau kesimpulan yang memuaskan. Resolusi bisa berupa pelajaran moral atau twist tak terduga. Struktur ini

- memastikan alur cerita mudah diikuti dan memberikan pengalaman emosional yang mendalam.
4. Menggunakan Emosi yaitu Emosi adalah elemen penting dalam storytelling karena mampu membangun koneksi dengan audiens. Beberapa cara untuk memanfaatkan emosi yaitu Tambahkan elemen perjuangan atau keberhasilan untuk inspirasi, Gunakan humor untuk menciptakan suasana santai dan Sentuh pengalaman pribadi atau relatable untuk membangkitkan empati serta Cerita dengan emosi kuat cenderung lebih diingat dan dibagikan oleh audiens.
 5. Visual Storytelling yaitu Visual memainkan peran besar dalam mendukung narasi cerita. Teknik visual dapat mencakup yaitu Gambar atau Klip Gunakan visual yang sesuai dengan tema cerita untuk memperkuat pesan, Animasi Tambahkan animasi untuk menonjolkan poin penting dalam cerita, Efek Visual Gunakan filter warna untuk menciptakan suasana (hangat untuk bahagia, dingin untuk sedih) dan Visual storytelling membantu menarik perhatian dan meningkatkan dampak emosional dari video kita.
 6. Gunakan Panggilan untuk Bertindak (Call to Action) yaitu Akhir dari video adalah waktu yang tepat untuk mengajak audiens bertindak, seperti mengomentari video atau mengikuti akun Anda. Panggilan untuk bertindak membantu meningkatkan interaksi dan keterlibatan penonton.
 7. Eksperimen dengan Format yaitu Cobalah berbagai format storytelling, seperti mini-series atau penggunaan musik yang sedang tren untuk meningkatkan daya tarik cerita kita. Format ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga mendorong penonton untuk kembali melihat bagian selanjutnya.
 8. Durasi Efektif yaitu Durasi video sangat penting dalam storytelling di platform seperti TikTok, Instagram, Capcut dan YouTube. Fokuslah pada pesan utama dalam waktu singkat (15–60 detik). Gunakan hook di awal dan akhiri dengan CTA agar tetap menarik sepanjang durasi.

D. Menjaga Kualitas Video saat Ekspor

Sebelum dapat mengunggah video kursus ke Udemy, kita perlu memastikan Anda mengekspor video dalam kualitas HD. Merekam video dengan pengaturan HD tidak cukup. Kita perlu mengekspor video dengan pengaturan yang tepat untuk mempertahankan kualitas HD. Proses ekspor video merupakan tahap yang sangat penting untuk memastikan hasil akhir video tetap berkualitas tinggi dan tampak profesional. Banyak faktor yang memengaruhi kualitas video, mulai dari pengaturan resolusi, bitrate, hingga format file yang dipilih. Selain itu, proses penyempurnaan video sebelum dipublikasikan juga berperan besar dalam memberikan pengalaman visual yang maksimal bagi audiens. Menjaga kualitas video saat ekspor adalah proses penting untuk memastikan hasil akhir yang memuaskan sebelum dipublikasikan. Banyak faktor yang perlu diperhatikan, mulai dari pengaturan teknis hingga penyempurnaan elemen visual dan audio. Berikut adalah cara menjaga kualitas video saat ekspor dan menyempurnakannya sebelum dipublikasikan yaitu sebagai berikut:

1. Memahami Pengaturan Ekspor Video yaitu Pengaturan ekspor adalah langkah terakhir dalam proses editing video, tetapi memiliki dampak besar terhadap kualitas hasil akhir. Berikut adalah aspek-aspek penting yang harus diperhatikan yaitu Resolusi Video, Resolusi adalah jumlah piksel yang membentuk gambar dalam video. Semakin tinggi resolusi, semakin tajam dan jelas video kita. Pilihan resolusi umum yaitu 720p (HD) Resolusi minimum untuk video berkualitas baik, terutama untuk platform seperti YouTube, 1080p (Full HD) Resolusi standar untuk video profesional, memberikan detail yang lebih tajam dan 4K (Ultra HD) Resolusi ultra tinggi yang cocok untuk produksi film atau konten premium, serta Pastikan resolusi ekspor sesuai dengan resolusi asli rekaman. Jangan mengekspor ke resolusi lebih rendah dari rekaman asli karena akan mengurangi kualitas.
2. Teknik Editing untuk Menyempurnakan Video yaitu Sebelum ekspor, pastikan semua elemen visual dan audio telah disempurnakan agar hasil akhir terlihat profesional dan menarik dan Koreksi Warna dan Color Grading yaitu Koreksi warna membantu menyeimbangkan warna dalam video agar terlihat

natural dan konsisten di seluruh adegan. Color grading memberikan sentuhan artistik untuk menciptakan suasana tertentu, seperti hangat, dingin, atau dramatis. Gunakan software editing seperti Adobe Premiere Pro atau DaVinci Resolve untuk melakukan koreksi warna secara presisi.

3. Uji Coba Sebelum Ekspor Final yaitu Sebelum mengekspor versi final, lakukan beberapa uji coba untuk memastikan semua elemen telah bekerja dengan baik yaitu Pratinjau Video, Tonton seluruh video dari awal hingga akhir di software editing kita. Perhatikan detail kecil seperti ketepatan timing transisi, sinkronisasi audio-video, serta konsistensi warna dan pencahayaan dan Periksa di Berbagai Perangkat yaitu Setelah ekspor pertama dilakukan, uji coba hasilnya di berbagai perangkat seperti komputer, smartpone, tablet, atau televisi. Pastikan kualitas tetap terjaga di layar dengan ukuran berbeda.
4. Optimasi untuk Platform Publikasi yaitu Setiap platform memiliki spesifikasi teknis tertentu yang harus dipenuhi agar video tampil optimal. Berikut panduan umum seperti YouTube Gunakan resolusi minimal 1080p dengan format MP4 dan codec H.264, Instagram Untuk feed, gunakan rasio aspek 1:1 atau 4:5; untuk Stories/Reels gunakan rasio 9:16, dan Facebook Resolusi 1080p dengan format MP4 biasanya sudah memadai serta Pastikan kita memahami spesifikasi masing-masing platform sebelum mengekspor final.
5. Backup File Asli yaitu Simpan salinan file asli proyek editing kita sebelum melakukan ekspor final. Ini penting jika kita perlu melakukan revisi di masa depan tanpa kehilangan data penting. Dengan mengikuti langkah-langkah ini secara rinci, kita dapat memastikan bahwa video diekspor dalam kualitas terbaik dan siap dipublikasikan ke audiens kita secara professional.

Menjaga kualitas video saat proses ekspor adalah langkah penting untuk memastikan hasil akhir yang jernih, tajam, dan sesuai dengan kebutuhan. Proses ini melibatkan beberapa aspek teknis yang harus diperhatikan, mulai dari pemilihan format file, pengaturan resolusi, bitrate, hingga codec yang digunakan. Format file yang umum digunakan untuk menjaga kualitas video adalah MP4 dengan codec H.264 atau H.265 (HEVC), yang mampu memberikan kualitas

tinggi dengan ukuran file yang relatif lebih kecil. Selain itu, memilih resolusi yang sesuai dengan video asli sangat penting, seperti 1080p atau 4K, agar detail gambar tetap terjaga tanpa terjadi penurunan kualitas akibat kompresi berlebihan. Bitrate juga memainkan peran krusial dalam menentukan seberapa banyak data yang digunakan per detik. Bitrate yang lebih tinggi akan menghasilkan kualitas gambar yang lebih baik, namun juga meningkatkan ukuran file. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan bitrate sesuai dengan platform atau media tempat video tersebut akan diputar. Selain itu, frame rate atau jumlah frame per detik juga harus disesuaikan dengan video asli, misalnya 24 fps untuk tampilan sinematik atau 60 fps untuk video yang lebih halus dan dinamis. Penggunaan pengaturan "two-pass encoding" juga dapat meningkatkan kualitas video dengan menganalisis video pada tahap pertama dan melakukan kompresi optimal pada tahap kedua. Terakhir, pastikan untuk memeriksa pengaturan audio, seperti sample rate dan bitrate, agar suara tetap jernih dan sinkron dengan gambar. Dengan memperhatikan semua aspek tersebut, video yang diekspor akan memiliki kualitas tinggi tanpa kehilangan detail penting.

Menjaga kualitas video saat proses ekspor merupakan tahapan yang sangat krusial dalam produksi video, karena tahap ini akan menentukan hasil akhir yang akan ditonton oleh audiens. Jika proses ekspor dilakukan dengan tidak tepat, kualitas visual dan audio dari video yang telah diedit dengan susah payah bisa menurun secara signifikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami berbagai faktor teknis yang memengaruhi kualitas video selama proses ini, seperti format file, codec, resolusi, bitrate, frame rate, serta pengaturan audio yaitu sebagai berikut:

1. Memilih Format File yang Tepat yaitu Format file berperan penting dalam menentukan kualitas dan kompatibilitas video di berbagai platform. Format MP4 dengan codec H.264 atau H.265 (HEVC) menjadi pilihan yang paling populer karena mampu menjaga kualitas tinggi dengan ukuran file yang relatif kecil. Namun, untuk kebutuhan profesional seperti film atau iklan berkualitas tinggi, format ProRes atau DNxHD juga sering digunakan karena mampu menyimpan data video dengan kualitas yang lebih tinggi, meskipun ukuran file menjadi jauh lebih besar.

2. Menentukan Resolusi yang Sesuai yaitu Resolusi video mengacu pada jumlah piksel yang terdapat dalam sebuah video, seperti 720p (HD), 1080p (Full HD), 4K (Ultra HD), atau bahkan 8K. Untuk menjaga kualitas video, resolusi yang dipilih saat ekspor harus sesuai dengan resolusi asli video yang direkam. Misalnya, jika video direkam dalam format 4K, maka ekspor video juga harus menggunakan resolusi 4K untuk mempertahankan detail dan ketajaman gambar. Menurunkan resolusi dapat menyebabkan video tampak buram atau kehilangan detail penting.
3. Mengatur Bitrate dengan Tepat yaitu Bitrate adalah jumlah data yang digunakan per detik dalam video. Semakin tinggi bitrate, semakin tinggi kualitas video, namun ukuran file juga akan semakin besar. Bitrate yang terlalu rendah akan menyebabkan artefak visual, seperti pixelation dan noise, terutama pada video dengan banyak gerakan. Sebagai panduan, untuk video Full HD (1080p), bitrate sekitar 8-12 Mbps sudah cukup, sementara untuk video 4K, bitrate yang direkomendasikan berkisar antara 35-45 Mbps. Namun, jika video akan diunggah ke platform seperti YouTube, disarankan mengikuti standar bitrate yang ditentukan oleh platform tersebut.
4. Memperhatikan Frame Rate yaitu Frame rate mengacu pada jumlah frame atau bingkai gambar yang ditampilkan per detik (fps). Frame rate yang umum digunakan adalah 24 fps untuk tampilan sinematik, 30 fps untuk video standar, dan 60 fps untuk video yang lebih halus, seperti video game atau olahraga. Saat proses ekspor, frame rate harus sesuai dengan frame rate asli video. Mengubah frame rate dapat menyebabkan video menjadi patah-patah atau kehilangan kehalusan gerakan.
5. Menggunakan Codec yang Tepat yaitu Codec adalah perangkat lunak yang digunakan untuk mengompresi dan mendekompressi video. Codec H.264 adalah yang paling umum digunakan karena menghasilkan kualitas tinggi dengan ukuran file yang efisien. Namun, codec H.265 (HEVC) lebih efisien dalam kompresi data dan cocok untuk video dengan resolusi tinggi seperti 4K dan 8K. Untuk kebutuhan editing profesional, codec seperti Apple ProRes atau Avid DNxHD digunakan karena mampu mempertahankan detail video dengan kompresi minimal.

6. Mengaktifkan Fitur Two-Pass Encoding yaitu wo-pass encoding adalah proses di mana perangkat lunak melakukan analisis video pada tahap pertama untuk menentukan area yang membutuhkan bitrate tinggi dan area yang membutuhkan bitrate rendah. Pada tahap kedua, video dikompresi dengan pengaturan bitrate yang optimal berdasarkan analisis sebelumnya. Metode ini sangat efektif untuk menjaga kualitas video, terutama untuk video dengan banyak pergerakan atau transisi kompleks.
7. Memperhatikan Pengaturan Audio yaitu Kualitas audio juga sangat penting untuk mendukung pengalaman menonton yang baik. Saat mengekspor video, pastikan sample rate audio diatur minimal pada 44.1 kHz atau 48 kHz untuk kualitas yang jernih. Bitrate audio yang direkomendasikan untuk audio stereo adalah 192 kbps hingga 320 kbps. Format audio seperti AAC atau WAV juga harus dipilih sesuai dengan kebutuhan platform atau perangkat pemutaran.
8. Menyesuaikan Kompresi dan Ukuran File yaitu jika video akan diunggah ke platform online seperti YouTube, Vimeo, atau Instagram, penting untuk menyesuaikan pengaturan kompresi agar ukuran file tidak terlalu besar, tetapi kualitas tetap terjaga. Misalnya, menggunakan codec H.265 dapat mengurangi ukuran file hingga 50% dibandingkan dengan H.264 tanpa mengorbankan kualitas visual. Selain itu, platform seperti YouTube memiliki rekomendasi spesifik terkait resolusi, bitrate, dan format file yang harus diikuti untuk hasil optimal.
9. Menghindari Proses Rending Berulang yaitu Setiap kali video dirender ulang, kualitasnya akan sedikit menurun. Oleh karena itu, pastikan semua elemen editing telah selesai sebelum proses ekspor akhir dilakukan. Jika perlu melakukan koreksi kecil, usahakan untuk mengedit file proyek asli daripada mengekspor ulang video yang telah dikompresi sebelumnya.
10. Memilih Perangkat Lunak Ekspor yang Berkualitas yaitu Perangkat lunak editing video seperti Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve, atau HandBrake memiliki opsi ekspor yang lengkap dan mendukung berbagai codec serta format. Menggunakan perangkat lunak yang tepat dapat memastikan kualitas video tetap optimal tanpa kehilangan detail penting.

E. Cara Ekspor Video di CapCut

Setelah selesai mengedit video di CapCut, langkah terakhir yang harus dilakukan adalah mengekspor video agar bisa disimpan di perangkat atau dibagikan ke berbagai platform seperti TikTok, Instagram, atau YouTube. Proses ekspor ini penting karena akan menentukan kualitas akhir video. Jika salah memilih pengaturan, video yang sudah diedit dengan baik bisa kehilangan kualitasnya.

Berikut adalah langkah-langkah ekspor video di CapCut dengan pengaturan terbaik agar hasilnya tetap tajam dan jernih.

1. Membuka Menu Ekspor

Setelah selesai mengedit video, pastikan untuk mengecek kembali hasilnya agar tidak ada kesalahan sebelum diekspor.

a. Langkah-langkahnya:

- 1) Periksa kembali video di timeline untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam editan.
- 2) Ketuk tombol "Ekspor" yang biasanya berada di pojok kanan atas layar.
- 3) CapCut akan menampilkan beberapa opsi pengaturan ekspor, seperti resolusi, frame rate, dan format video.

2. Memilih Resolusi Video

Resolusi menentukan tingkat kejernihan video. Semakin tinggi resolusinya, semakin tajam videonya, tetapi ukuran file juga akan lebih besar.

a. Pilihan Resolusi yang Tersedia di CapCut:

- 1) 480p → Kualitas standar, cocok untuk video dengan ukuran kecil tetapi tidak terlalu tajam.
- 2) 720p (HD) → Resolusi minimal untuk media sosial seperti TikTok dan Instagram.
- 3) 1080p (Full HD) → Pilihan terbaik untuk kualitas tinggi dengan ukuran file yang masih wajar.

- 4) 2K / 4K (Ultra HD) → Resolusi tertinggi, cocok untuk video profesional atau layar besar, tetapi ukuran file sangat besar.

Untuk mendapatkan kualitas terbaik tanpa membuat ukuran file terlalu besar, disarankan menggunakan resolusi 1080p. Resolusi ini sudah cukup tajam dan cocok untuk berbagai platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Namun, jika ingin menghasilkan video dengan resolusi maksimal, bisa memilih 4K, terutama jika video akan ditampilkan di layar besar atau digunakan untuk keperluan profesional. Namun, perlu diingat bahwa resolusi 4K memerlukan perangkat yang mendukung dan kapasitas penyimpanan yang lebih besar, karena ukuran file yang dihasilkan akan jauh lebih besar dibandingkan dengan 1080p.

3. Menyesuaikan Frame Rate (FPS)

Frame rate (FPS) menentukan seberapa halus gerakan dalam video.

a. Pilihan Frame Rate di CapCut:

- 1) 24 FPS → Cocok untuk tampilan sinematik seperti film.
- 2) 30 FPS → Standar untuk media sosial dan YouTube.
- 3) 60 FPS → Memberikan pergerakan yang lebih halus, cocok untuk video dengan banyak aksi atau gerakan cepat.

Untuk video yang akan diunggah ke media sosial seperti TikTok dan Instagram, disarankan menggunakan **30 FPS** karena sudah cukup untuk menghasilkan tampilan yang halus dan nyaman ditonton. Namun, jika video berisi banyak gerakan cepat, seperti konten gaming, olahraga, atau vlog dengan banyak pergerakan, sebaiknya gunakan **60 FPS**. Dengan frame rate yang lebih tinggi, pergerakan dalam video akan terlihat lebih mulus dan detail, sehingga pengalaman menonton menjadi lebih baik.

4. Mengatur Bitrate untuk Kualitas Maksimal

Bitrate adalah jumlah data yang diproses per detik dalam video. Semakin tinggi bitrate, semakin baik kualitas videonya, tetapi ukuran file juga lebih besar.

- a. 4–6 Mbps untuk 720p
- b. 8–12 Mbps untuk 1080p
- c. 35–50 Mbps untuk 4K

Jika video terlihat buram setelah diekspor, coba tingkatkan bitrate agar kualitas gambar lebih tajam dan detail tidak hilang. Bitrate yang lebih tinggi memungkinkan video menyimpan lebih banyak informasi, sehingga mengurangi kemungkinan munculnya artefak atau ketajaman yang menurun. Namun, jika ukuran file menjadi terlalu besar dan sulit untuk disimpan atau diunggah, solusinya adalah menurunkan bitrate sambil tetap mempertahankan resolusi tinggi. Dengan cara ini, video tetap terlihat jernih tanpa memakan terlalu banyak ruang penyimpanan atau memperlambat proses unggahan ke platform yang diinginkan.

5. Mengekspor dan Menyimpan Video

Setelah semua pengaturan dipilih, saatnya mengekspor video agar hasil editan dapat disimpan atau dibagikan ke berbagai platform. Proses ini memastikan bahwa video memiliki kualitas terbaik sesuai dengan pengaturan yang telah dipilih, seperti resolusi, frame rate, dan bitrate. Agar hasil ekspor optimal dan sesuai dengan kebutuhan, berikut langkah-langkahnya:

- a. Tekan tombol “**Ekspor**” dan tunggu proses rendering selesai.
- b. Jika ingin membagikan video langsung ke media sosial, pilih opsi “**Bagikan ke TikTok/Instagram/YouTube**”.
- c. Jika hanya ingin menyimpan ke perangkat, video akan otomatis tersimpan di galeri setelah proses ekspor selesai.

Perlu diingat bahwa proses ekspor bisa memakan waktu lebih lama jika video memiliki durasi yang panjang atau

menggunakan resolusi tinggi, karena semakin besar file yang dihasilkan, semakin banyak sumber daya yang dibutuhkan. Selain itu, pastikan perangkat memiliki ruang penyimpanan yang cukup agar proses ekspor tidak gagal. Jika kapasitas penyimpanan hampir penuh, ada kemungkinan ekspor terhenti di tengah jalan atau video tidak tersimpan dengan baik.

6. Mengecek Hasil Ekspor

Setelah video berhasil diekspor, langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan akhir untuk memastikan kualitasnya sesuai dengan yang diinginkan. Pertama, putar video langsung dari galeri perangkat untuk menilai apakah tampilan visualnya tetap tajam dan tidak mengalami penurunan resolusi, serta memastikan bahwa suara terdengar jelas tanpa gangguan atau distorsi. Setelah itu, bandingkan hasil ekspor dengan video asli yang masih ada di CapCut untuk memastikan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam kualitas gambar dan audio.

Jika ditemukan penurunan kualitas, seperti video menjadi buram, warna terlihat pudar, atau suara tidak sejernih aslinya, pertimbangkan untuk mengulang proses ekspor dengan pengaturan yang berbeda. Cobalah menyesuaikan resolusi, bitrate, atau format file agar hasil akhirnya lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan. Dengan melakukan langkah-langkah ini, Anda dapat memastikan bahwa video yang telah diekspor memiliki kualitas terbaik sebelum dibagikan atau digunakan lebih lanjut.

Mengekspor video di CapCut adalah langkah akhir dalam proses editing yang menentukan kualitas akhir video. Dengan memilih resolusi yang tepat, menyesuaikan frame rate, dan mengatur bitrate dengan benar, video yang diekspor akan terlihat tajam, jernih, dan profesional. Pastikan juga untuk mengecek hasil ekspor sebelum dibagikan agar tidak ada kesalahan dalam kualitas gambar atau suara. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, kamu bisa menghasilkan video berkualitas tinggi dan siap untuk dibagikan ke berbagai platform.

BAB 5

STRATEGI PUBLIKASI DAN PROMOSI KONTEN

A. Pendahuluan

Dalam konteks perkembangan digital yang terus melaju pesat, strategi publikasi dan promosi konten memiliki peranan yang sangat krusial dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan interaksi, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan miliaran pengguna internet yang aktif setiap harinya, persaingan di dunia digital semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih strategis dan berbasis data agar konten bisa menjangkau audiens yang tepat dan memberikan dampak yang maksimal.

Publikasi dan promosi konten tidak hanya berarti membagikan informasi di berbagai platform digital, tetapi juga mencakup strategi menyeluruh. Ini meliputi pemilihan platform yang tepat, waktu yang optimal, teknik optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran berbasis psikologi, storytelling yang efektif, dan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam strategi pemasaran digital. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran berbasis data pun semakin menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas promosi konten.

Dengan memahami dan menerapkan berbagai strategi ini, individu, perusahaan, dan organisasi akan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar digital yang sangat kompetitif. Pemasaran digital merupakan penerapan teknologi digital untuk menjangkau pasar melalui berbagai saluran, seperti website, blog, email, podcast, dan jejaring sosial. Tujuan utamanya adalah untuk menjalankan kegiatan pemasaran serta membangun dan mengembangkan hubungan yang erat dengan pelanggan.

Saat ini, promosi atau periklanan di Indonesia cenderung beralih ke platform internet. Dulu, periklanan di televisi memiliki batas waktu tertentu untuk memasarkan produk, namun saat ini, banyak yang beralih ke internet. Salah satu contohnya adalah social media endorsement, di mana para pedagang online memasarkan produk mereka dengan meminta dukungan dari content creator di media sosial yang memiliki banyak pengikut.

Content creator atau influencer adalah pembuat konten yang memiliki audiens besar di media sosial. Mereka membangun keterlibatan dengan pengikut melalui konten-konten yang menginspirasi, menghibur, atau memberikan informasi yang relevan. Selain itu, mereka sering kali menjadi trendsetter di antara audiensnya, sehingga banyak merek yang mencari mereka untuk berkolaborasi dalam mempromosikan produk.

Perkembangan digital di Indonesia terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari We Are Social (2022), dari total 277,7 juta penduduk Indonesia, sekitar 191,4 juta di antaranya aktif menggunakan media sosial. Ini menunjukkan peningkatan sebesar 12,6% (atau tambahan 21 juta) dibandingkan tahun 2021.

Pesatnya pertumbuhan internet ini juga mempengaruhi penggunaan media sosial. Media sosial, yang merupakan bagian dari media baru, adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berbagi konten berupa tulisan, foto, serta video. Media sosial menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi para penggunanya.

Kehadiran media sosial telah merubah paradigma komunikasi di masyarakat saat ini. Media sosial mampu menghapuskan berbagai hambatan komunikasi, termasuk yang berasal dari status sosial. Dengan adanya aplikasi seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, dan Facebook, interaksi antar masyarakat menjadi semakin mudah. Salah satu platform media sosial dengan tingkat pengguna yang tinggi di Indonesia adalah Instagram.

Instagram merupakan salah satu platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat mengambil gambar atau merekam video, menambahkan filter digital yang menarik, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk di platform milik Instagram itu sendiri. Instagram juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra diri; semakin banyak pengikut (followers) dan 'likes' yang diterima, semakin tinggi citra diri pemilik akun tersebut, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, penting untuk menghasilkan konten yang menarik dan unik guna menarik perhatian pengguna lain untuk menyaksikan apa yang disajikan.

Bagi pengguna yang memiliki akun Instagram, memahami topik konten yang diminati oleh target audiens sangatlah krusial. Dalam proses pembuatan dan publikasi konten, penting untuk memastikan bahwa materi yang disajikan berkaitan dengan minat dan preferensi audiens. Tujuannya adalah agar konten yang dihasilkan tetap relevan dengan target yang ingin dijangkau. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan sebuah strategi konten yang terencana, yang mencakup apa yang harus dibuat agar sejalan dengan identitas dan misi brand yang bersangkutan.

Media sosial, termasuk Instagram, menawarkan berbagai manfaat, seperti meningkatkan konektivitas dan keterlibatan sosial, mendapatkan informasi terkini, serta hiburan. Aksesibilitasnya yang bisa dilakukan baik melalui komputer maupun ponsel pintar memudahkan pengguna untuk mengaksesnya kapan saja dan di mana saja. Dalam konteks pemasaran, media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran yang memiliki potensi dan peluang besar.

Bab ini akan membahas berbagai metode dan teknik terbaik dalam publikasi dan promosi konten, dilengkapi dengan studi kasus dari berbagai industri serta prediksi tren pemasaran digital di masa depan.

B. Pemasaran

Menurut The American Marketing Association (AMA), yang dikutip oleh Kotler dan Keller dalam karya Shelby Dhoz Basnet (2022), pemasaran merupakan fungsi penting dalam organisasi yang melibatkan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan dengan konsumen. Tujuannya adalah untuk memberikan manfaat bagi organisasi dan para pemangku kepentingan. Pemasaran memiliki peran yang sangat vital dalam sebuah perusahaan, karena prinsipnya tidak sekadar berfokus pada penjualan, melainkan juga pada upaya memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan sebaiknya memberikan perhatian khusus dalam aspek ini.

C. Pemasaran Digital

Pemasaran digital, yang sering dikenal sebagai digital marketing, juga memiliki sebutan lain seperti online marketing atau internet marketing. Pemasaran digital mencakup segala upaya yang dilakukan untuk berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi online, menggunakan perangkat yang terhubung ke internet, dengan berbagai strategi dan media digital.

Menurut Hermawan (dalam Shelby Dhoz Basnet, 2022), ada dua keuntungan utama dari pemasaran digital. Pertama, biaya yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Kedua, kapasitas informasi yang lebih besar untuk menyimpan data. Selain itu, Wati, Martha, dan Indrawati (2020) menambahkan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan berkat jangkauan konsumen yang lebih luas, serta mampu membangun komunikasi yang lebih dekat dengan pelanggan.

Di era ini, pemasaran digital telah menjadi pilihan banyak perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, pelanggan cenderung mencari informasi terkait citra produk atau jasa melalui iklan, artikel daring, dan sumber lainnya. Keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan penyedia produk yang muncul di berbagai platform online (Priatmoko dan Lóránt, 2021). Menurut data yang dihimpun oleh CMO Council, 71% pengguna internet lebih cenderung untuk membeli produk dari merek yang mereka ikuti di jejaring sosial. Ini menunjukkan bahwa konsep pemasaran harus berdasar pada asumsi bahwa ketika perusahaan memberikan informasi penting kepada pelanggan, mereka dapat mengharapkan tanggapan atau masukan dari pelanggan (Priatmoko et al., 2022).

D. Viral Marketing

Harto (dalam Shelby Dhoz Basnet, 2022) menyatakan bahwa viral marketing adalah sebuah model pemasaran yang berlangsung dari mulut ke mulut dengan memanfaatkan media internet. Ulasan positif yang muncul dalam komunitas virtual dapat membangun

kepercayaan terhadap suatu merek, berkat adanya WOM (Word of Mouth) atau Electronic Word of Mouth sebagai acuan bagi pelanggan untuk mengurangi risiko saat menggunakan sebuah produk. Penting untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh pelanggan. Menurut Alencia (dalam Shelby Dhoz Basnet, 2022), ada beberapa faktor yang memengaruhi respons audiens, antara lain kegunaan, kualitas pelayanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem.

E. Media Sosial

Media sosial, menurut Dailey, adalah konten online yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Saat ini, terdapat ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia, dengan tiga raksasa utama yaitu Facebook, LinkedIn, dan Twitter (Azmi, Dewi, dan Dailami, 2021:12).

Chris Brogan menyatakan bahwa media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum (Wibisosno dan Mulyani, 2018:28). Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai platform di internet yang memberikan keunggulan bagi penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi, bekerja sama, serta berinteraksi dengan sesama pengguna. Hal ini menghasilkan hubungan virtual di antara mereka (Febrianan, 2018:66).

Joyce Kasman Valanza (dalam Shelby Dhoz Basnet, 2022) menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah platform internet atau media online yang memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi dengan komunitas, serta berbagi informasi secara cepat dan berkelanjutan. Dalam konteks pemasaran, media sosial merupakan salah satu cara yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan layanan suatu perusahaan melalui pemasaran internet. Meskipun caranya sederhana, dampaknya bisa sangat besar (Untari dan Fajariana, 2018).

Jenis-Jenis Media Sosial Menurut Ma'ruf (2023:134), jenis-jenis media sosial meliputi:

1. Social net working atau Jejaring Sosial: Ini adalah bentuk media sosial yang paling populer, di mana pengguna dapat menjalin hubungan sosial. Interaksi yang terjadi tidak hanya berupa teks, tetapi juga mencakup foto dan video yang menarik perhatian pengguna lain.
2. Blog: Media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk membagikan aktivitas sehari-hari, saling mengomentari, serta berbagi informasi melalui tautan dan sumber lain. Blog memberi kesempatan bagi individu untuk mengekspresikan diri dalam bentuk artikel, ide, pemikiran, dan informasi. Banyak blogger muda di Indonesia yang terkenal karena tulisan mereka, menjadi panutan bagi orang lain.
3. Social Sharing: Merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya dalam berbagi berbagai jenis konten, mulai dari dokumen, video, audio, hingga gambar. Salah satu platform yang sangat populer saat ini adalah TikTok, di mana pengguna dapat dengan cepat dikenal di dunia maya jika memiliki konten yang unik dan menarik.
4. Forum: Tempat ini digunakan untuk berdiskusi mengenai berbagai topik, mulai dari makanan, buku, gadget, game, otomotif, hingga hal-hal yang mungkin tidak terpikirkan untuk didiskusikan. Forum merupakan tempat awal bagi individu untuk mencari informasi dari orang lain yang lebih ahli di bidang yang mereka minati. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan ini diperoleh dari kontribusi para pengunjung, sehingga terjalin kolaborasi dalam pengisian konten yang dibahas.

F. Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan yang dinamis dan inovatif bagi perusahaan untuk memperkenalkan serta memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Tujuannya adalah untuk mencapai hasil optimal sambil mempertimbangkan berbagai risiko yang mungkin timbul. Strategi ini dapat dilakukan melalui metode tradisional maupun modern, termasuk pemasaran digital (Haryanti, Mursito, dan Sudarwati, 2019). Menurut Kotler (dalam Shelby Dhoz Basnet, 2022), pemasaran digital memungkinkan

keterlibatan konsumen di mana saja dan kapan saja. Dalam pemasaran digital, terdapat berbagai alat yang digunakan, seperti situs web, media sosial, aplikasi sosial, iklan, video online, email, dan blog.

Chakti (2019) menjelaskan bahwa untuk memaksimalkan potensi pemasaran digital, diperlukan kunci strategi yang kuat dan efektif. Beberapa di antaranya meliputi berbagi konten, publikasi waktu nyata, memberikan edukasi tanpa hardselling, menyuguhkan hiburan selain iklan, menggunakan platform multichannel, mengedepankan konten multimedia yang visual, berpikir kreatif layaknya penerbit atau jurnalis dengan konten menarik, menentukan target pasar dengan cermat, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan terlibat dalam interaksi aktif dengan konsumen.

Untuk menciptakan content marketing yang menarik dan kreatif, sejumlah faktor penting perlu diperhatikan (Dewant dan Henni. G, 2018), antara lain:

1. *Design* : Dalam interaksi pengguna di internet, desain yang menarik dan tata letak yang terorganisir sangat penting. Konten yang baik akan kurang efektif jika tidak didukung oleh desain visual yang seimbang. Elemen seperti tata letak tipografi, latar belakang, pemilihan warna, dan tata letak yang baik berperan dalam menciptakan respons psikologis sesuai dengan topik yang dibahas. Desain dan warna juga mencerminkan identitas merek.
2. *Current Event* : Konten yang berkualitas harus menyajikan informasi tentang berita dan fenomena yang sedang berlangsung. Dengan cara ini, konten dapat lebih mudah ditemukan di Google, sehingga meningkatkan kunjungan ke situs atau media sosial yang kita kelola.
3. *The Reading Experience* : Selain desain dan keterkinian, penting untuk menciptakan kombinasi yang menarik dan mudah dibaca. Desain menarik bukan hanya tentang warna dan gambar yang mencolok, tetapi juga bagaimana tata letak dan font yang digunakan untuk memastikan konten tetap mudah dibaca.
4. *Timing* : Setelah konten dikemas secara menarik dan mudah dipahami, perhatian selanjutnya adalah kapan dan seberapa sering konten tersebut diunggah. Dalam membangun kesadaran merek melalui media sosial, diperlukan frekuensi dan konsistensi dalam pengunggahan konten karena tidak semua orang melihat postingan

baru secara langsung. Saat ini, Facebook dan Instagram memiliki algoritma spesifik yang menentukan tampilan postingan di beranda dan newsfeed, sehingga postingan yang muncul tidak hanya berdasarkan waktu tetapi juga seberapa besar keterlibatan pengguna dengan akun resmi. Oleh karena itu, penting untuk menentukan frekuensi dan waktu tertentu yang menjadi saat prime time di media sosial.

5. *Tone* : Dalam konteks ini, tone mengacu pada kesesuaian konten antara perusahaan dan target audiensnya. Meskipun konsep dasar seperti kualitas dan penataan bersifat universal, beberapa aspek unik mungkin tidak tersampaikan dengan baik di berbagai industri atau topik. Oleh karena itu, produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan sebaiknya dikomunikasikan dengan cara yang efektif dan relevan sesuai dengan pasar dan audiens yang telah ditentukan.
6. *Brand Awareness* : Strategi pemasaran yang diterapkan oleh setiap perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap konsumen. Strategi pemasaran yang fokus pada brand awareness memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung. Ketika perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, hal ini dapat meningkatkan kesadaran merek. Sebaliknya, tingginya brand awareness juga dapat berkontribusi pada keberhasilan strategi pemasaran. Menurut Sudradjat (2023), merek diartikan sebagai nama produk dengan sumber tertentu, dan juga dapat dipahami sebagai asosiasi yang muncul di pikiran seseorang saat mendengar suatu merek. Kesadaran merek merupakan waktu ketika seseorang dapat mengingat dan menyadari objek yang sedang dilihat. Oleh karena itu, brand awareness dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengenali dan mengingat suatu merek, baik dari logo, simbol, maupun warna. Pelanggan cenderung memilih produk dari merek terkenal dibandingkan dengan produk yang belum dikenal luas. Untuk itu, perusahaan memerlukan kesadaran merek guna membangun basis pelanggan yang kuat.

Sesuai dengan pendapat Stephens (2019), merek membantu pelanggan memahami kategori yang relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, brand awareness adalah langkah kunci dalam proses pengambilan keputusan pembelian pelanggan. Merek yang sukses adalah merek yang secara konsisten menciptakan tingkat

kesadaran yang tinggi. Menurut Durianto dalam Sari dan rekan-rekan (2021), tingkat ingatan konsumen tentang merek dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

1. Puncak Pikiran (*Top of Mind*)

Merek yang pertama kali diingat oleh responden ketika ditanya tentang produk tertentu..

2. Peningkatan Kembali Merek (*Brand Recall*)

Mengingat kembali merek yang muncul setelah disebutkan merek pertama oleh responden.

3. Pengenalan Merek (*Brand Recognition*)

Tingkat kesadaran responden terhadap suatu merek yang diukur dengan bantuan ciri-ciri produk.

4. Tidak Menyadari Merek (*Unaware of Brand*)

Tingkat terendah dari kesadaran merek, di mana konsumen tidak menyadari keberadaan suatu merek.

Mengutip dari Gramedia, influencer marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang melibatkan kerjasama dengan influencer untuk meningkatkan brand awareness sekaligus penjualan dengan menargetkan pasar tertentu. Melalui kolaborasi dengan influencer kecantikan terkemuka, perusahaan berhasil membangun kepercayaan konsumen dengan menyampaikan ulasan positif yang menarik perhatian dan memotivasi konsumen untuk mencoba produk tersebut.

Strategi endorsement ini menjadi pilihan yang tepat dalam memperluas jangkauan produk. Setelah menerapkan berbagai strategi untuk membangun brand awareness, perusahaan tersebut berhasil membuat konsumen mengenali dan mengingat produk mereka, meskipun secara tidak langsung.

Konsep kesadaran merek, menurut Chitadez Nika (2022), adalah ukuran pengetahuan konsumen terhadap suatu merek. Kesadaran merek memiliki peranan yang sangat vital dalam membedakan produk sebuah merek dari produk pesaing. Terdapat dua aspek utama dalam kesadaran merek, yaitu pengenalan dan ingatan merek.

Pengenalan merek menggambarkan kemampuan konsumen untuk mengenali merek yang pernah mereka ketahui sebelumnya ketika ditanya tentangnya. Di sisi lain, ingatan merek adalah

kemampuan konsumen untuk mengingat sebuah merek ketika diberikan kategori produk. Kemampuan ini sangat penting, karena bisa jadi langkah awal yang krusial bagi sebuah merek dalam menarik minat konsumen untuk membeli produknya.

Dengan adanya kesadaran merek yang kuat, hal ini dapat memengaruhi minat beli seseorang terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Strategi dan pemasaran konten mencakup berbagai langkah penting, antara lain:

1. Memilih Platform yang Tepat

Setiap platform media sosial memiliki karakteristik dan demografi pengguna yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penting untuk memilih platform yang sesuai dengan target audiens sebagai langkah awal dalam strategi publikasi dan promosi konten.

- a. TikTok: Sangat populer di kalangan generasi muda, cocok untuk konten video pendek yang kreatif dan menghibur.
- b. Instagram: Menawarkan foto dan video, serta fitur Stories dan IGTV, menjadikannya ideal untuk konten visual yang menarik dan bercerita.
- c. YouTube: Platform yang sempurna untuk konten video berdurasi panjang, seperti tutorial, vlog, dan materi edukatif.
- d. Facebook: Memiliki audiens yang luas dengan fitur grup, marketplace, dan iklan Facebook.
- e. LinkedIn: Platform terbaik untuk pemasaran B2B dan membangun koneksi profesional.
- f. Pinterest: Cocok untuk konten berbasis visual, seperti desain interior, fashion, dan kuliner.
- g. Twitter (X): Efektif untuk berbagi berita, tren, dan pembaruan secara real-time.
- h. Reddit dan Quora: Berguna untuk pemasaran berbasis komunitas dan membangun kredibilitas melalui diskusi.

Penting untuk menyesuaikan pilihan platform dengan demografi dan preferensi audiens target. Lakukan riset untuk memahami di mana audiens Anda paling aktif dan jenis konten yang mereka nikmati.

2. Strategi Pemasaran Berbasis Psikologi

Pemasaran berbasis psikologi menitikberatkan pada pemahaman perilaku konsumen serta proses pengambilan keputusan mereka saat membeli. Beberapa strategi yang biasa diterapkan dalam pendekatan ini antara lain:

- a. Bukti Sosial (Social Proof): Konsumen cenderung lebih tertarik untuk membeli produk atau layanan yang telah digunakan dan direkomendasikan oleh orang lain.
- b. Prinsip Kelangkaan : Produk yang tersedia dalam jumlah terbatas sering kali lebih menarik bagi konsumen.
- c. Pemicu Emosional (Emotional Triggers): Menggunakan emosi seperti kebahagiaan, nostalgia, atau ketakutan dalam pemasaran dapat meningkatkan keterlibatan audiens.
- d. Personalisasi: Menyajikan pengalaman yang lebih personal berdasarkan data pengguna dapat membantu memperkuat loyalitas pelanggan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, pemasaran dapat lebih efektif dalam menjangkau dan memengaruhi konsumen.

3. Menentukan Waktu Posting yang Efektif

Menentukan waktu posting yang tepat sangat penting untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan konten Anda. Setiap platform media sosial memiliki waktu optimalnya masing-masing:

- a. Instagram: Waktu terbaik untuk memposting adalah antara pukul 13.00 hingga 16.00, dengan puncak keterlibatan terjadi pada hari Minggu pukul 15.00. Disarankan untuk memposting 1 hingga 2 kali dalam sehari.
- b. TikTok dan YouTube: Waktu posting yang ideal dapat bervariasi tergantung pada audiens yang Anda miliki. Oleh karena itu, melakukan analisis audiens serta eksperimen adalah langkah yang sangat dianjurkan untuk menemukan waktu yang paling efektif.

Selain itu, konsistensi dalam jadwal posting juga sangat penting untuk mempertahankan keterlibatan audiens. Anda dapat memanfaatkan alat penjadwalan konten agar postingan Anda bisa dilakukan pada waktu yang paling optimal.

4. Menulis *Caption* yang Menarik dan Relevan

Caption yang menarik memiliki kekuatan untuk meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Berikut adalah beberapa tips untuk menulis caption yang efektif:

- a. Singkat dan Padat: Sampaikan pesan dengan jelas dan ringkas; hindari membuat caption yang terlalu panjang.
- b. Gunakan Call-to-Action (CTA): Ajak audiens berinteraksi, misalnya dengan mengajukan pertanyaan atau mengundang mereka untuk berbagi pendapat.
- c. Sertakan Hashtag yang Relevan: Pemilihan hashtag yang tepat dapat membantu memperluas jangkauan konten. Lakukan riset untuk menemukan hashtag yang sesuai dengan niche Anda.

Cocokkan dengan Visual: Pastikan caption yang ditulis relevan dengan gambar atau video yang diposting agar tercipta keselarasan antara teks dan visual.

5. Membangun Interaksi dengan *Audiens*

Interaksi yang aktif dengan audiens dapat memperkuat loyalitas dan keterlibatan mereka terhadap konten yang disajikan. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan:

- a. Responsif terhadap komentar dan pesan: Luangkan waktu untuk membalas komentar dan pesan dari audiens. Hal ini akan memperkuat hubungan yang terjalin.
- b. Manfaatkan fitur interaktif: Gunakan berbagai fitur seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab untuk melibatkan audiens secara langsung.

- c. Konten yang mendorong partisipasi: Ciptakan konten yang mengajak audiens untuk terlibat, seperti tantangan, giveaway, atau konten yang dibuat oleh pengguna.
- d. Cerita yang menyentuh: Gunakan teknik storytelling untuk membuat konten lebih personal dan emosional, sehingga audiens merasa lebih terhubung.

Dengan mengaplikasikan strategi-strategi ini, efektivitas publikasi dan promosi konten dapat meningkat, sekaligus membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

6. Strategi *Storytelling* dalam Promosi Konten

Storytelling adalah metode pemasaran yang ampuh untuk menarik perhatian dan membangun ikatan emosional dengan audiens. Beberapa teknik *storytelling* yang bisa diterapkan dalam promosi konten antara lain:

- a. Brand Narrative: Menghadirkan kisah di balik perusahaan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan.
- b. User-Generated Stories: Memanfaatkan cerita dari pelanggan untuk meningkatkan kredibilitas.
- c. Hero's Journey: Menggunakan struktur naratif yang menggambarkan perjalanan audiens dalam menyelesaikan masalah, sehingga mengaitkan mereka dengan produk atau layanan.
- d. Visual Storytelling: Menggunakan gambar dan video untuk memperkuat narasi yang menarik.

7. Penggunaan AI dalam Pemasaran Digital

Kecerdasan Buatan (AI) kini menjadi alat yang sangat berharga dalam pemasaran digital. AI dapat dimanfaatkan untuk:

- a. Analisis Data: Memproses data besar untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen.
- b. Chatbots dan Layanan Pelanggan: Menyediakan layanan pelanggan otomatis yang lebih responsif.
- c. Personalisasi Konten: Menyesuaikan konten sesuai dengan preferensi pengguna.

- d. **Prediksi Tren:** Memanfaatkan data untuk meramalkan tren pemasaran, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

8. Strategi Pemasaran Berbasis Data

- a. **Analisis Tren Pasar:** Memahami tren yang sedang berlangsung agar dapat menciptakan konten yang relevan.
- b. **Personalisasi Konten:** Menggunakan data audiens untuk menyesuaikan isi konten agar lebih tepat sasaran.
- c. **A/B Testing:** Menguji berbagai variasi konten untuk menemukan strategi yang paling efektif.
- d. **Pemantauan Performa Konten:** Menggunakan alat analitik untuk mengevaluasi keberhasilan konten dan menyesuaikan strategi jika diperlukan.

9. Studi Kasus Strategi Publikasi Konten yang Sukses

- a. **Nike:** Menerapkan strategi storytelling dalam kampanye "Just Do It", yang berhasil meningkatkan keterlibatan merek.
- b. **Coca-Cola:** Kampanye "Share a Coke" yang menghadirkan personalisasi nama pada botol, berhasil meningkatkan interaksi konsumen.
- c. **GoPro:** Membangun komunitas yang aktif melalui konten yang dihasilkan oleh pengguna.

10. *Influencer Media Sosial / Content Creator*

Penyebaran konten melalui berbagai platform kini memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, mulai dari peningkatan kemampuan komunikasi hingga berita dan aktivitas jual beli. Dalam konteks ini, penyebaran konten memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan produk, terutama di era digital saat ini, di mana e-commerce secara drastis memperlancar aktivitas jual beli. Kemudahan akses informasi mengenai produk yang diinginkan oleh masyarakat menjadi salah satu faktor kunci.

Maraknya transaksi jual beli melalui e-commerce di Indonesia dipicu oleh beberapa faktor, salah satunya adalah

strategi branding yang dilakukan oleh influencer dan content creator di media sosial. Salah satu aspek penting yang mendukung keberhasilan pemasaran melalui platform ini adalah influencer marketing, sebuah metode yang melibatkan individu atau figur yang dianggap memiliki pengaruh dalam segmen masyarakat atau konsumen target. Mereka dipilih sebagai sasaran promosi merek karena kemampuannya untuk merepresentasikan nilai-nilai positif dari produk tersebut, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Fenomena keberadaan influencer di media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup yang lebih mengutamakan prestise mendorong masyarakat untuk mengikuti tren yang dipopulerkan oleh para influencer ini. Tingginya konsumsi produk yang mereka promosikan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2018, tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disebarakan melalui media sosial mencapai 51% (Edelman, 2018). Kepercayaan ini yang dibangun oleh influencer terhadap pengikutnya berujung pada meningkatnya minat konsumen terhadap merek tertentu. Penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya korelasi kuat antara promosi yang dilakukan influencer dan minat beli konsumen, dengan peningkatan minat pembelian mencapai 89,7% (Astuti, 2016).

Menurut Hariyanti dan Wirapraja (2018), seorang influencer biasanya dipilih berdasarkan keahlian, tingkatan popularitas, dan reputasinya. Berdasarkan jumlah pengikutnya, Ellora (2019) membagi influencer ke dalam empat kategori:

a. *Nano Influencer*

Memiliki 500 hingga 1.000 pengikut. Meskipun jumlahnya sedikit, mereka memiliki kedekatan yang lebih personal dengan pengikut mereka.

b. *Micro Influencer*

Memiliki 1.000 hingga 100.000 pengikut, biasanya dikenal di kalangan niche tertentu seperti beauty, food, atau travel.

c. *Macro Influencer*

Memiliki 100. 000 hingga 1. 000. 000 pengikut. Jenis ini dianggap ideal untuk merek tertentu.

d. *Mega Influencer*

Memiliki lebih dari 1 juta pengikut dan sering kali berasal dari kalangan selebritas.

Dengan demikian, pemanfaatan influencer sebagai alat promosi menjadi strategi yang efektif, mengingat masing-masing dari mereka memiliki cara unik dalam memperkenalkan suatu produk.

11. Iklan dengan Media Internet

Internet adalah media informasi yang memiliki karakteristik khas yang dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi industri periklanan. Sebagai media komunikasi visual, internet memiliki tolok ukur efektivitas dan komunikatif yang penting untuk menciptakan respon dari audiens setelah melalui proses stimulasi visual. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mencermati bersama definisi dan ruang lingkup konsepsi desain (Julianto, 2020: 30). Salah satu ciri paling mencolok dari internet dibandingkan media informasi lainnya adalah interaktivitasnya, yang memungkinkan pengguna berinteraksi tanpa kehadiran fisik. Iklan di internet, atau yang lebih dikenal sebagai i-advertising, memiliki potensi bisnis yang menjanjikan. Daya tarik yang dimiliki oleh influencer, yang diperoleh dari kredibilitas, kemampuan berkomunikasi, dan perhatian publik yang tinggi ebagaimana tercermin dari jumlah pengikut mereka di media sosial dapat meningkatkan pengenalan produk di kalangan masyarakat luas serta efektivitas pemasaran.

12. Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah kunci dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Brand trust, atau kepercayaan terhadap suatu merek, mencerminkan keyakinan konsumen yang akan memberikan kepuasan dan harapan positif.

Menurut Mayer et al. dalam (Mervin 2022), kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, dalam hal ini mempercayai produk yang ditawarkan. Kesiapan ini muncul berdasarkan pemahaman individu terhadap produk atau pihak lain, yang didasari oleh pengalaman masa lalu dan harapan yang ada. Membangun kepercayaan pelanggan membutuhkan waktu yang tidak sedikit serta pengalaman positif.

Penerapan kepercayaan pelanggan dimulai dengan konsistensi dalam meningkatkan kualitas produk. Layanan yang responsif akan meyakinkan pelanggan bahwa produsen berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Transparansi juga sangat penting dalam membangun kepercayaan, dengan memastikan komunikasi yang terbuka dan jujur, baik dalam keadaan baik maupun di saat sulit.

Ada tiga faktor utama yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain (Joseph dan Rofiq dalam Wulandari 2017), yaitu:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merujuk pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam memengaruhi atau mengelola area spesifik. Ini mencakup bagaimana penjual dapat menyediakan, melayani, serta mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.

b. Kebaikan Hati

Kebaikan hati adalah kemampuan penjual untuk memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi diri sendiri dan konsumen. Meskipun penjual berusaha memaksimalkan profit, kepuasan konsumen juga harus diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa penjual tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga peduli terhadap keinginan konsumen.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berhubungan dengan perilaku dan kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Ini mencakup keakuratan

informasi yang diberikan kepada konsumen dan apakah kualitas produk atau jasa yang ditawarkan dapat dipercaya.

G. Kesimpulan

Dalam era digital yang terus berkembang, strategi publikasi dan promosi konten menjadi kunci utama untuk keberhasilan suatu merek dalam menjangkau audiens yang tepat. Bab ini akan membahas beragam metode dan teknik yang dapat dimanfaatkan melalui platform digital untuk mencapai pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Salah satu aspek krusial dalam publikasi dan promosi konten adalah pemilihan platform yang tepat. Setiap media sosial memiliki karakteristik yang unik, sehingga seleksi harus didasarkan pada target audiens yang ingin dijangkau. Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, LinkedIn, dan Twitter masing-masing memiliki keunggulan dalam menjangkau demografi pengguna yang berbeda. Oleh karena itu, strategi publikasi sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform.

Selain pemilihan platform, pemasaran yang berlandaskan psikologi juga menjadi faktor penting untuk menarik perhatian audiens. Konsep seperti social proof, prinsip kelangkaan, pemicu emosional, dan personalisasi adalah beberapa strategi yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun loyalitas terhadap merek. Pendekatan pemasaran ini tidak hanya berfokus pada penjualan produk atau jasa, tetapi juga menciptakan pengalaman menarik bagi pelanggan.

Waktu publikasi konten juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi. Setiap platform memiliki waktu optimal untuk memposting konten demi mendapatkan engagement yang maksimal. Konsistensi dalam jadwal posting sangat diperlukan agar audiens tetap terhubung secara aktif dengan merek.

Di samping itu, penulisan caption yang menarik dan relevan memainkan peran krusial dalam promosi konten. Caption yang singkat, padat, dan dilengkapi dengan call-to-action (CTA) dapat meningkatkan interaksi dengan audiens. Penggunaan hashtag yang relevan juga membantu memperluas jangkauan konten.

Dalam rangka membangun keterlibatan dengan audiens, interaksi aktif sangatlah penting. Menanggapi komentar, memanfaatkan fitur interaktif seperti polling dan kuis, serta mengundang keterlibatan audiens dalam kampanye tertentu dapat mempererat hubungan antara merek dan konsumen. Storytelling juga merupakan teknik yang efektif untuk menarik perhatian dan membangun hubungan emosional dengan audiens. Narasi yang menarik dapat menciptakan kesan mendalam terhadap merek.

Peran kecerdasan buatan (AI) dalam pemasaran digital semakin berkembang dengan pesat. AI dapat digunakan untuk menganalisis tren pasar, mempersonalisasi konten, dan meningkatkan efisiensi layanan pelanggan melalui chatbots. Dengan memanfaatkan data yang tersedia, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam strategi pemasaran mereka.

Strategi pemasaran berbasis data juga menjadi aspek penting dalam promosi konten. Analisis tren pasar, A/B testing, dan pemantauan performa konten memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi mereka agar lebih efektif. Studi kasus dari merek-merek besar seperti Nike, Coca-Cola, dan GoPro menunjukkan bagaimana strategi pemasaran digital yang tepat dapat memberikan dampak positif terhadap kesadaran merek dan penjualan.

Influencer marketing kini menjadi metode efektif dalam memperluas jangkauan konten. Dengan berkolaborasi bersama influencer yang memiliki audiens setia, sebuah merek dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen. Influencer pun terbagi menjadi beberapa kategori, mulai dari nano, mikro, makro, hingga mega influencer, yang masing-masing memiliki keunggulan dalam strategi pemasaran digital.

Terakhir, iklan digital memiliki andil besar dalam promosi konten. Keunggulan iklan digital dibandingkan media konvensional terletak pada kemampuannya untuk menjangkau audiens dengan lebih spesifik dan personal. Dengan memanfaatkan teknologi periklanan digital seperti Google Ads, Facebook Ads, dan programmatic advertising, perusahaan dapat menargetkan iklan mereka dengan lebih akurat.

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan pemasaran digital. Untuk membangun

kepercayaan ini, konsistensi dalam kualitas produk, transparansi dalam komunikasi, dan layanan pelanggan yang responsif menjadi langkah-langkah yang sangat penting. Selain itu, atribut seperti kemampuan, kebaikan hati, dan integritas juga memainkan peran signifikan dalam menciptakan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek.

Secara keseluruhan, strategi publikasi dan promosi konten yang efektif memerlukan pendekatan yang menyeluruh dan berbasis data. Dengan memahami perilaku audiens, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun interaksi yang bermakna dengan pelanggan, sebuah merek dapat meningkatkan daya saingnya dalam dunia digital yang semakin kompetitif. Dengan strategi yang tepat, konten yang dipublikasikan tidak hanya akan memberikan dampak maksimal, tetapi juga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Setiawan, B. (2021). "Dampak Konten Positif dalam Meningkatkan Literasi Digital Masyarakat Indonesia." *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 112-125.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Fiandra, Yosa. (2020). Teknik fotografi flatlay sebagai bentuk strategi marketing online Instagram. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 2(1), 1-7.
- Bonafix, D. Nunnun. (2011). Videografi: Kamera dan teknik pengambilan gambar. *Humaniora*, 2(1), 845-854.
- Yunianto, Irdha. (2021). Teknik fotografi, belajar dari basic hingga professional. Semarang: Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Natazya, A., Ramadhani, N. N. D., & Budiwitjaksono, G. S. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital UMKM: Workshop Fotografi Produk dengan Teknik Third of Rule. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(01), 290-293.
- Rikarno, R. (2018). Pemanfaatan Handphone Android Sebagai Media Produksi Video Tutorial Pembelajaran Seni. *Melayu Arts and Performance Journal*, 1(1), 73-87.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia digital: Dasar teori dan pengembangannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nasution, B. (2022). *Pengantar teknologi digital*. GUEPEDIA.
- Daryanto. (2010). *Media pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Murani Sejahtera.
- Budiman, H. (2017). Peran teknologi dan komunikasi dalam pendidikan. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 31-43.
- Deriyana, L., & Nurmainira. (2022). Pengembangan video media pembelajaran IPA dengan menggunakan aplikasi CapCut di kelas V SD. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 7(1), 1-10.

- Annur, C. M. (2023, November 24). Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia.
- Firdaus, M. (2021). Menggunakan Media Sosial untuk Memasarkan Produk UMKM. Surabaya: Media Kita.
- Jati, Nala Prasasta; ABIDIN, Zainal; Oxcygentri, Mickey. Pengaruh Sosial Media Youtube Terhadap Perilaku Literasi Siswa SMA Utama. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022, 5.1: 67-75. [2]
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2018. *TEKS NARASI DAN LITERASI BUKU FIKSI-NONFIKSI (1-8)*. Kalimantan Selatan: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Nurhasanah, A., Day, S. C. P., & Sabri. 2023. Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 7(2), 69–77.
- Panji Saputro. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tiktok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors. *Inetdetik.Com*, 4(1), 2.
- Putranto FS, Erdiansyah R. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Efektivitas Akun Instagram @bogoreatery terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konsumen Wisata Kuliner di Bogor. *Koneksi* 2022; 6:211.
- Rahmadi, Ridho, et al. Analisis Sentimen Politik Berdasarkan Big Data dari Media Sosial Youtube: Sebuah Tinjauan Literatur. *Automata*, 2021, 2.1
- Rizaty MA. Daftar Negara Pengguna Tiktok Terbanyak per Juli 2024, Indonesia Nomor 1. *DataIndonesiaId* 2024
- Surya, M. (2021). "Utilizing CapCut for Small Business Promotion: A Case Study". *Journal of Business Studies*, 9(3), 112-120.
- Aditya, R. (2022). Strategi pemasaran digital melalui media sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Budiarto, M., & Sari, A. (2023). Pemasaran konten di era digital: Studi kasus TikTok dan Instagram. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Handayani, T. (2021). Optimalisasi media sosial dalam meningkatkan engagement audiens. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, A. (2020). Analisis waktu posting dan dampaknya terhadap interaksi pengguna di Instagram. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 34-47.
- Yusuf, H., & Rahayu, D. (2024). Pengaruh caption dan hashtag terhadap jangkauan konten di media sosial. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1), 15-29.
- Digital Marketing Institute. (2024). Advanced content strategy in the digital age. Terakhir diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://www.digitalmarketinginstitute.com>
- Forbes Business Council. (2023). Effective influencer marketing strategies. Terakhir diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://www.forbes.com>
- HubSpot. (2024). A guide to content marketing and SEO integration. Terakhir diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://www.hubspot.com>
- Neil Patel. (2024). Digital marketing trends and insights for the next decade. Terakhir diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://neilpatel.com>
- Social Media Examiner. (2025). The future of social media marketing trends. Terakhir diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://www.socialmediaexaminer.com>

GLOSARIUM

- Algoritma Media Sosial** : Sistem yang menentukan bagaimana konten ditampilkan kepada pengguna berdasarkan preferensi dan interaksi.
- Auto Cut** : Fitur dalam CapCut yang menggunakan AI untuk memilih klip terbaik secara otomatis.
- Bitrate** : Jumlah data per detik dalam video yang mempengaruhi kualitas dan ukuran file.
- Call to Action (CTA)** : Ajakan dalam video untuk mendorong audiens melakukan tindakan tertentu seperti berlangganan atau berbagi konten.
- CapCut** : Aplikasi pengeditan video dengan fitur seperti pemotongan klip, transisi, filter, dan teks otomatis.
- Color Grading** : Penyesuaian warna dalam video untuk menciptakan suasana atau gaya visual tertentu.
- Editing Video** : Proses penyuntingan video yang mencakup pemotongan, transisi, koreksi warna, dan penyesuaian audio.
- Engagement Rate** : Tingkat keterlibatan audiens dengan konten, diukur dari jumlah suka, komentar, dan bagikan.
- Filter** : Efek visual yang mengubah warna, pencahayaan, dan suasana video.
- Frame Rate** : Jumlah frame per detik dalam video yang mempengaruhi kelancaran gerakan.
- Influencer** : Seseorang yang memiliki banyak pengikut di media sosial dan dapat mempengaruhi opini audiens.
- Kompresi Video** : Proses mengurangi ukuran file video tanpa mengorbankan terlalu banyak kualitas agar lebih mudah diunggah atau disimpan.
- Pemasaran Digital** : Strategi pemasaran menggunakan media digital dan platform online.

- Publikasi Konten** : Proses membagikan video ke platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.
- Resolusi Video** : Jumlah piksel dalam tampilan video, menentukan ketajaman gambar. Contoh: 720p, 1080p, 4K.
- SEO (Search Engine Optimization)** : Teknik optimasi konten agar mudah ditemukan di mesin pencari seperti Google dan YouTube.
- Storytelling** : Teknik penyampaian cerita dalam video untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens.
- Template Video** : Format pengeditan yang tersedia dalam aplikasi seperti CapCut untuk mempermudah editing.
- Transisi** : Efek perubahan antara dua klip video agar tampilan lebih halus dan dinamis.



INDEKS

A

Algoritma Media Sosial – 100,
117

Auto Cut – 18, 20

B

Bitrate – 86, 87

C

Call to Action (CTA) – 75, 118

CapCut – 18, 95

Color Grading – 48, 82

E

Editing Video – 18, 31, 60

Engagement Rate – 116, 117

F

Filter – 38, 48

Frame Rate – 86, 87

I

Influencer – 98, 102

K

Kompresi Video – 86, 87

P

Pemasaran Digital – 98, 99, 116

Publikasi Konten – 95, 98

R

Resolusi Video – 86, 87

S

SEO (Search Engine
Optimization) – 98, 118

Storytelling – 75, 118

T

Template Video – 18, 20

Transisi – 48, 55

TENTANG PENULIS



Ahmad Furqan, S.Pd., lahir di Kota Padangpanjang pada tanggal 12 Februari 1994. Ia merupakan anak kedua dari empat bersaudara, putra dari pasangan Zulkifli dan Faizah. Pendidikan dasarnya ditempuh di SDN 03 Balai-balai Kota Padangpanjang, dilanjutkan ke SMPN 5 Kota Padangpanjang untuk jenjang menengah pertama. Kemudian, ia menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMAN 2 Kota Padangpanjang. Setelah lulus SMA, Ahmad Furqan melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Negeri Padang dengan mengambil program studi Teknologi Pendidikan dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika.



Aptri Novadianis, S.Kom dilahirkan di Sulit Air Kabupaten Solok Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 02 November 2000. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Mardianis dan Ayah yang bijaksana bernama Burkainizul. Berijazah SDN 06 Rawang, MTsM Sulit Air, dan MA Muhammadiyah Sulit Air. Anak ketiga dari 8 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas IndraPrasta PGRI Jakarta bidang Teknik Informatika dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: nopadianis@gmail.com



Asyarizka Putri, S.Pd. lahir di Kota Pariaman Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 02 November 2000. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Zullaili dan ayah yang bijaksana bernama Muhammad Thamrin. Lulusan SDN 14 Nan Sabaris, MTsN Pauh Kamar, dan MAN 1 Padang Pariaman. Anak pertama dari 3 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Negeri Padang bidang studi Teknologi Pendidikan dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang studi Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: asyarizkaputri211@gmail.com



Cindi Amelia, S.Pd dilahirkan di kota Padang Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 10 Agustus 1999. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Nurdeli dan Ayah yang bijaksana bernama Masri. Berijazah SDN 49 Kuranji Kota Padang, SMPN 28 Kota Padang, dan SMA 16 Padang. Anak ketiga dari 4 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Negeri Padang bidang Jurusan Teknologi Pendidikan dan mengikuti organisasi PPIPM UNP. saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: cindiamelia08@gmail.com



Devica Agesty, S.Pd dilahirkan di Tangerang, pada tanggal 12 Agustus 1999. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Yasnaini dan Ayah yang bijaksana bernama Yusron. Berijazah SDN 08 Kampung Jawa 1, SMPN 1 Pariaman, dan SMKN 3 Pariaman. Anak kedua dari 4 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Negeri Padang bidang Pendidikan Teknik Informatika dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: devicaagesty6@gmail.com.



Fahril Hadi, S.T dilahirkan di Lubuk Umbut Kabupaten Siak Provinsi Riau pada tanggal 12 April 2000. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Elvi Parida dan Ayah yang bijaksana bernama Arianto. Berijazah SDN 08 Lubuk Umbut, SMPN 1 Sungai Mandau, dan SMAN 1 Sungai Mandau. Anak kedua dari 3 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Riau bidang Teknik Informatika dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: fahrilhadi77@gmail.com



Fahmi Latifah, S.Pd dilahirkan di kota Padang Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 04 Agustus 2001. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Latifah dan Ayah yang bijaksana bernama Fachrur Rasyid. Berijazah SD Dr. H. Abdullah Ahmad PGAI Kota Padang, SMP Dr. H. Abdullah Ahmad PGAI Kota Padang, dan SMK An-Nur Padang. Anak keempat dari 4 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas PGRI Sumatera Barat Kota Padang bidang Jurusan Pendidikan Informatika, konsentrasi Multimedia dan mengikuti program kampus merdeka kampus mengajar batch II yang diselenggarakan oleh Kemendikbud. saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email : fahmilatifah@gmail.com

Penerbitan & Percetakan



Fira Anjelina, S.Pd dilahirkan di Durian Tinggi Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 20 Januari 2000. Penulis dilahirkan oleh seorang ibu yang hebat bernama Wirda Nora dan Ayah yang bijaksana bernama Final Afriko. Berijazah SDN 03 Durian Tinggi, SMPN 2 Kecamatan Kapur IX, dan SMKN 3 Payakumbuh. Anak pertama dari 3 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas PGRI Sumatera Barat bidang Pendidikan Informatika dan saat ini sedang menjalani Program Profesi Guru (PPG) di Universitas Negeri Padang bidang Informatika. Untuk menghubungi penulis di email: firaanjelina20@gmail.com.

Penerbitan & Percetakan



Hadi Kurnia Saputra, S.Pd., M.Kom. lahir di Pintu Padang Julu pada 4 September 1982. Ia merupakan dosen di bidang Elektronika pada Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang (UNP). Bidang keahliannya meliputi teknologi pendidikan, sistem digital, dan pengembangan media pembelajaran berbasis teknologi. Selain aktif mengajar, ia juga terlibat dalam berbagai kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan pembelajaran inovatif berbasis teknologi informasi. Untuk menghubungi penulis di email: hadiksaputra@ft.unp.ac.id.

RINGKASAN ISI BUKU

Buku ini adalah panduan praktis untuk membuat konten video kreatif dengan mudah menggunakan smartphone. Dalam era digital, video menjadi media komunikasi yang efektif untuk edukasi, hiburan, dan pemasaran. Dengan alat sederhana seperti HP, tripod, dan mikrofon, siapa pun dapat menghasilkan video berkualitas. Pembaca diajak memahami jenis-jenis konten positif dan teknik dasar perekaman, termasuk pengambilan gambar yang stabil, pencahayaan yang baik, serta pemilihan sudut kamera yang menarik. Selain itu, tips merekam suara yang jernih juga dibahas agar kualitas audio mendukung visual yang dihasilkan.

Proses pengeditan menggunakan aplikasi CapCut dijelaskan secara detail, mulai dari pemotongan klip, penambahan teks, efek, filter, hingga transisi. Pemilihan musik dan suara latar juga dibahas untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan pesan video. Agar video lebih optimal sebelum dipublikasikan, pembaca diajarkan teknik storytelling, penyesuaian durasi untuk berbagai platform, serta pengaturan ekspor video yang tepat. Buku ini juga mengupas strategi pemasaran digital, pemanfaatan algoritma media sosial, dan teknik viral marketing untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Dengan memahami tahapan perekaman, pengeditan, dan distribusi, pembuat konten dapat menghasilkan video yang lebih menarik dan berdampak positif. Buku ini menjadi referensi bagi siapa saja yang ingin memanfaatkan teknologi digital untuk berkarya secara kreatif dan profesional.