

Kreativitas Video Editor dalam Pembuatan Iklan Komersial Produk Ronas PT Revas Utama Medika

Salaama Asyari Effendi¹, Ika Sartika², Fikry Fahrurrizal³

^{1,2,3}Institut Pertanian Bogor, Indonesia

E-mail: shakillaghinaa@gmail.com¹, leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 08 Juli 2025

Revised: 31 Juli 2025

Accepted: 08 Agustus 2025

Keywords: Kreativitas, AIDA, MDLC, Iklan Digital, Video Komersial

Abstract: Artikel ini membahas peran kreativitas editor video dalam menghasilkan iklan video komersial produk Ronas oleh PT Revass Utama Medika. Metode yang digunakan menggabungkan model AIDA untuk penyusunan konten dan alur cerita, serta model MDLC sebagai pedoman teknis dalam proses produksi video. Tahapan produksi meliputi konseptualisasi, perancangan, pengumpulan materi, penyuntingan, pengujian, hingga distribusi. Hasil dari proyek ini berupa video iklan berdurasi 45 detik yang mengintegrasikan visual sinematik, motion graphics, animasi bahan aktif, dan desain suara untuk mendukung pesan pemasaran. Penerapan kedua model terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas komunikasi, sehingga mampu mendorong kesadaran merek (brand awareness) dan minat beli konsumen. Kesimpulannya, kreativitas editor video serta integrasi metode AIDA dan MDLC merupakan faktor kunci dalam menghasilkan iklan digital yang menarik, komunikatif, dan berhasil mencapai tujuan pemasaran.

PENDAHULUAN

Video iklan komersial menjadi salah satu media promosi yang efektif dalam menarik perhatian konsumen (Habiba, 2017). Pembuatan video iklan memerlukan perencanaan matang dan kreativitas yang tinggi agar pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. Dalam proses ini, peran video editor sangat penting karena mereka bertanggung jawab mengolah visual, menyusun transisi, hingga mengatur ritme video agar menarik dan komunikatif (Manurung, 2022) dan (Pratama, 2023).

Kreativitas editor menjadi faktor kunci yang menentukan kualitas video iklan, termasuk kemampuan dalam merancang konsep visual, memilih teknik editing inovatif, serta memanfaatkan elemen pendukung seperti motion graphic, animasi, dan efek suara (Putra, Hermansah, & Purwanto, 2013). Tanpa eksekusi visual yang menarik, pesan yang disusun oleh scriptwriter dapat kehilangan daya tariknya di mata konsumen (Qonitattunisa, 2022).

PT Revass Utama Medika, melalui brand Ronas, menghadirkan produk perawatan kulit asal Korea yang berbasis bahan alami. Untuk memperkuat kehadirannya di pasar kecantikan Indonesia, diperlukan media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga inovatif dan menarik. Video iklan menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk Ronas, sekaligus mendukung strategi pemasaran perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melaksanakan proyek akhir pembuatan video iklan komersial produk Ronas sebagai penerapan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University. Proyek ini bertujuan mengeksplorasi peran dan kreativitas video editor dalam menghasilkan video iklan yang menarik, efektif, serta mampu meningkatkan daya saing produk Ronas di pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur hubungan antara variabel secara objektif, serta cocok untuk mengevaluasi model dengan beberapa indikator dan sampel berukuran kecil hingga menengah.

Proyek akhir ini dilaksanakan secara langsung (offline) di PT Revass Utama Medika, yang berlokasi di Jl. Raya Pondok Gede No.23 A, RT.1/RW.4, Lubang Buaya, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13810. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan produk Ronas sebagai objek utama proyek serta kemudahan akses terhadap tim kreatif dan produksi perusahaan. Proses pengumpulan data dan pelaksanaan proyek dilakukan selama kurang lebih dua bulan, dimulai dari tahap observasi hingga penyelesaian produksi iklan.

Objek dalam proyek ini adalah proses pembuatan video iklan komersial untuk produk Ronas, brand perawatan kulit yang didistribusikan oleh PT Revass Utama Medika. Cakupan proyek berfokus pada implementasi peran dan kreativitas video editor dalam seluruh tahapan produksi video, meliputi konseptualisasi, perakitan, editing, hingga distribusi.

Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer: Data yang diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses produksi, wawancara dengan pihak terkait (staff pemasaran, tim kreatif PT Revass), serta dokumentasi proses editing video Data Sekunder: Data yang diperoleh dari dokumen internal perusahaan, referensi visual, materi promosi sebelumnya, serta teori-teori terkait video editing, komunikasi visual, dan periklanan. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data mencakup:

Tabel 1. Alat dan Bahan

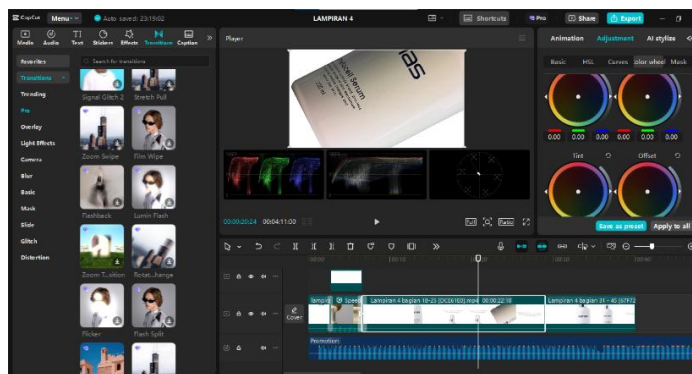
No	Alat	Bahan
1	Komputer	Software editing (Capcut, Alight Motion)
2	<i>Handphone</i>	Sound (ambient, backsound, sound effect)
3	<i>Hardisk</i>	Footage
4	<i>Speakear</i>	Produk Ronas
5	Mouse	Referensi
6	Keyboard	

Pelaksanaan proyek akhir ini, penulis menerapkan dua model kerja yang saling melengkapi, yaitu Model AIDA dan MDLC (Multimedia Development Life Cycle). Penggunaan kedua model ini bertujuan untuk memastikan proses produksi video berjalan lebih terstruktur, efektif, dan hasil akhirnya sesuai dengan tujuan pemasaran produk Ronas. Kombinasi Kedua model ini saling melengkapi, di mana MDLC memberikan alur kerja yang sistematis untuk produksi video, sedangkan AIDA memastikan isi atau narasi video disusun secara persuasif dan menarik. Dengan demikian, penggabungan kedua model ini menjadi kombinasi yang efektif dalam menciptakan video iklan yang tidak hanya berkualitas secara teknis, tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat dari sisi komunikasi pemasaran.

Proses produksi mengikuti integrasi Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dan AIDA yang terdiri dari enam tahap utama:

1. **Konseptualisasi:** Menyusun konsep video yang mengacu pada AIDA: menentukan bagaimana visual akan menarik perhatian (Attention), membangun ketertarikan (Interest), meningkatkan keinginan (Desire), dan mengajak bertindak (Action).
2. **Desain:** Mendesain storyboard dan shot list yang sudah dipetakan dengan tahapan AIDA. Contohnya, adegan pembuka harus eye-catching (Attention), adegan produk close-up (Desire).
3. **Pengumpulan Bahan:** Mengumpulkan footage, animasi, audio yang sesuai dengan konsep AIDA.
4. **Perakitan:** Melakukan proses editing sesuai alur AIDA, memastikan setiap bagian video memenuhi tahapan AIDA.
5. **Pengujian:** Menguji video sudah memenuhi aspek AIDA.
6. **Distribusi:** Menyesuaikan CTA dan penyampaian pesan sesuai AIDA saat dipublikasikan di media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Proses Editing Software Capcut (2025)

Hasil Karya Iklan Komersial Produk Ronas

Proyek akhir ini menghasilkan sebuah video iklan komersial untuk produk Ronas PT Revass Utama Medika dengan durasi 45 detik yang dirancang khusus untuk platform digital seperti Instagram dan YouTube. Video menampilkan visual sinematik produk Ronas, dilengkapi dengan motion graphic, animasi bahan aktif, serta sound design yang memperkuat storytelling. Dalam proses produksi, editor menerapkan Model AIDA sebagai dasar penyusunan alur cerita video:

1. **Attention:** Visual pembuka menampilkan logo Ronas yang elegan dengan efek sinematik, diikuti motion graphic yang eye-catching.
2. **Interest:** Penggunaan animasi bahan aktif yang engaging untuk menyampaikan manfaat produk secara visual dan naratif.
3. **Desire:** Visual close-up produk Ronas dengan efek pencahayaan mewah untuk membangun keinginan audiens.
4. **Action:** *Call to action* yang jelas disertakan di akhir video, mendorong audiens untuk mencoba atau mencari informasi produk lebih lanjut.

Sementara itu, Model MDLC digunakan sebagai panduan teknis dalam seluruh tahapan produksi mulai dari konseptualisasi, desain, pengumpulan bahan, perakitan, pengujian, hingga distribusi.

PEMBAHASAN

Kreativitas Video Editor dalam Penyusunan Konten Iklan (Berdasarkan AIDA)

Hasil karya menunjukkan bahwa penerapan AIDA berhasil membantu editor dalam menyusun alur video iklan yang menarik dan efektif. Hal ini selaras dengan (Manurung 2022) dan (Pratama (2023) yang menegaskan bahwa kreativitas video editor tidak hanya dalam aspek teknis editing, tetapi juga bagaimana menyusun storytelling visual yang mampu membangun perhatian hingga mendorong audiens untuk bertindak. Video yang dihasilkan mampu menampilkan keunggulan produk Ronas secara persuasif melalui penggabungan visual close-up, animasi, dan storytelling yang engaging, sebagaimana juga ditekankan oleh Qonitattunisa (2022).

Penerapan Teknik Editing yang Mendukung Daya Tarik Visual (Berdasarkan MDLC)

Penerapan MDLC dalam proyek ini mempermudah proses produksi yang sistematis dan efisien, sesuai dengan Septian et al. (2021) yang menyebutkan MDLC sebagai kerangka kerja yang efektif dalam produksi multimedia interaktif. Tahapan pengumpulan bahan, perakitan, hingga pengujian dilakukan dengan pendekatan kolaboratif antara editor dan tim kreatif, menghasilkan video yang memenuhi standar visual dan storytelling. Penggunaan motion graphic, color grading, serta sound design memberikan nilai tambah dalam membangun kesan elegan dan eksklusif pada produk, seperti yang juga disampaikan oleh Putra et al, (2013) tentang pengaruh elemen visual dan motion graphic dalam iklan komersial.

Kesesuaian Hasil Karya dengan Tujuan Proyek

Video yang dihasilkan sesuai dengan tujuan proyek, yaitu untuk meningkatkan daya tarik visual, membangun brand awareness, serta mendukung strategi pemasaran produk Ronas. Video iklan telah memenuhi elemen Attention, Interest, Desire, Action, sekaligus diproduksi dengan tahapan MDLC yang rapi dan efektif. Hal ini juga menunjukkan bahwa penggabungan AIDA dan MDLC efektif diterapkan secara bersamaan, di mana AIDA berfungsi mengarahkan isi konten, sementara MDLC mengelola tahapan teknis produksinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil karya dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kreativitas video editor memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas pesan dalam video iklan komersial produk Ronas PT Revass Utama Medika. Penerapan model AIDA terbukti membantu editor dalam menyusun alur storytelling yang menarik, mulai dari membangun perhatian audiens hingga mendorong tindakan melalui call to action yang persuasive.

Selain itu, penggunaan model MDLC memberikan kerangka kerja produksi yang sistematis, mulai dari konseptualisasi hingga distribusi video. Penggabungan kedua model tersebut efektif dalam menghasilkan video iklan yang tidak hanya memenuhi standar estetika visual, tetapi juga komunikatif dan relevan dengan karakteristik brand Ronas. Dengan demikian, kreativitas video editor yang dikombinasikan dengan penerapan AIDA dan MDLC menjadi kunci keberhasilan

dalam menciptakan video iklan yang mampu meningkatkan brand awareness dan daya saing produk di pasar digital.

DAFTAR REFERENSI

- Habiba PG. 2017. Pembuatan video iklan komersial pada Toko Galaxy Optik [skripsi]. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Manurung RH. 2022. Peran Editor dalam Produksi Iklan Komersial. [skripsi]. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta
- Pratama HR. 2023. Peran editor dalam merancang produksi iklan komersial di Rocketz Live Coffee. [skripsi]. Surakarta: Universitas Surakarta
- Putra A, Hermansah ADA, Purwanto A. 2013. Perancangan iklan motion graphic jasa percetakan Alief Production untuk meningkatkan penjualan. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*. 14(3):1.
- Qonitattunisa S. 2022. Peran Seorang Script Writer Dalam Pembuatan Video Iklan Komersial Kaja Soju Non Alkohol [skripsi]. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Septian D, Fatman Y, Nur S, Islam, U, Bandung N. 2021. Implementasi Mdlc (Multimedia Development Life Cycle) Dalam Pembuatan Multimedia Pembelajaran Kitab Safinah Sunda. *Jurnal Computech & Bisnis*. 15(1): 15-23.
- Nisa K, Adab F, Islam U, Raden N, Palembang F. 2023. Kapalamada dalam Melaksanakan Aktivitas Jasa Perpustakaan , Maka akan Ada Beberapa Macam Unsur Utama. *Jurnal Multidisipliner kapalamada*. 2(3), 208–216.
- Pratama HR. 2023. Peran editor dalam merancang produksi iklan komersial di Rocketz Live Coffee. [skripsi]. Surakarta: Universitas Surakarta
- Pratiwi EJ, Hartono T. 2021. Kreativitas Editor Video @DiskominfoProvriau Dalam Menyampaikan Informasi Resmi Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Provinsi Riau. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)*. 3(2): 65-75.
- Pujiastuti HE. 2019. Pembuatan iklan komersil Kedai Kopi East.Co [dissertasi]. Surakarta: Universitas Surakarta.