

ANALISIS TEKNIK VIDEO EDITING DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL KONTEN TIKTOK @purela.id

Rizieq Az-Zhuhri¹, Abung Supama Wijaya²

¹SEKOLAH VOKASI IPB UNIVERSITY

²SEKOLAH VOKASI IPB UNIVERSITY

Alamat e-mail : [1usidazzhuhri@apps.ipb.ac.id](mailto:usidazzhuhri@apps.ipb.ac.id),

ABSTRACT

The rapid development of digital media has encouraged brands to utilize short-video platforms such as TikTok as a communication and marketing medium. Visual attractiveness has become an important factor in maintaining audience attention in the fast-paced digital environment. This study aims to analyze the application of video editing techniques in improving the visual attractiveness of TikTok content on the @purela.id account. The research uses a qualitative descriptive method through digital observation, interviews, and literature study. The primary data were obtained from TikTok content produced during the internship period at PT Purela Sinari Abadi. The analysis focuses on editing techniques such as cutting, pacing, subtitle usage, transitions, audio synchronization, and visual composition.

Keywords: video editing, TikTok, visual attractiveness, digital content, social media

ABSTRAK

Perkembangan media digital mendorong brand memanfaatkan platform video pendek seperti TikTok sebagai media komunikasi dan pemasaran. Daya tarik visual menjadi faktor penting dalam mempertahankan perhatian audiens di tengah arus informasi digital yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teknik video editing dalam meningkatkan daya tarik visual konten TikTok pada akun @purela.id. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi digital, wawancara, dan studi literatur. Data primer diperoleh dari konten TikTok yang diproduksi selama periode magang di PT Purela Sinari Abadi. Analisis difokuskan pada teknik editing seperti cutting, pacing, penggunaan subtitle, transisi, sinkronisasi audio, dan komposisi visual.

Kata Kunci: video editing, TikTok, daya tarik visual, konten digital, media sosial

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial menjadikan platform digital sebagai sarana utama dalam aktivitas komunikasi dan pemasaran brand. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan citra dan interaksi antara brand dengan audiens. Nasrullah (2020) menjelaskan bahwa media sosial merupakan medium komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya produksi makna serta pembentukan identitas melalui interaksi daring. Dalam konteks komunikasi digital, konten visual menjadi elemen penting untuk menarik perhatian pengguna media sosial yang memiliki pola konsumsi informasi cepat dan dinamis.

Platform TikTok menjadi salah satu media sosial berbasis video pendek yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hootsuite Indonesia (2023) menjelaskan bahwa video pendek menjadi format konten yang paling banyak dikonsumsi oleh pengguna media sosial di Indonesia. Karakteristik TikTok yang mengedepankan visual dinamis, musik, efek kreatif, dan durasi singkat

menjadikan platform ini efektif digunakan sebagai media promosi digital. Konten yang menarik secara visual memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh perhatian, interaksi, dan keterlibatan audiens dibandingkan konten yang disajikan secara sederhana. Suryani dan Amalia (2021) menyatakan bahwa konten audio-visual yang dikemas secara kreatif memiliki potensi lebih besar dalam menarik perhatian audiens dibandingkan konten statis.

Dalam produksi konten digital, proses video editing memiliki peran penting dalam membangun kualitas visual suatu tayangan. Editing tidak hanya berfungsi menyusun potongan gambar, tetapi juga membangun ritme, kesinambungan, emosi, dan penekanan pesan dalam video. Wibowo (2020) menjelaskan bahwa editing merupakan tahap kreatif dalam produksi audio-visual yang berfungsi membangun ritme, kesinambungan, serta penekanan makna dalam suatu tayangan. Teknik seperti cutting, pacing, penggunaan subtitle, transisi, sinkronisasi audio, hingga color grading menjadi bagian penting dalam menciptakan tampilan visual yang menarik bagi audiens media sosial.

Daya tarik visual merupakan kemampuan elemen visual dalam menarik perhatian dan membentuk persepsi audiens terhadap suatu pesan. Tinarbuko (2020) menjelaskan bahwa elemen komunikasi visual seperti warna, tipografi, komposisi, dan tata visual memiliki peran penting dalam membangun makna dan kesan tertentu pada khalayak. Dalam konteks media sosial, visual yang menarik dapat membantu meningkatkan perhatian audiens terhadap suatu konten sehingga mendorong interaksi dan keterlibatan pengguna.

Purela merupakan brand skincare bayi yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi digital, salah satunya melalui akun TikTok @purela.id. Dalam proses produksi kontennya, teknik video editing digunakan untuk membangun karakter visual yang sesuai dengan identitas brand dan target audiens, yaitu orang tua. Konten yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan branding. Penggunaan elemen visual seperti subtitle dinamis, transisi, pengaturan pacing, dan sinkronisasi audio

menjadi bagian penting dalam proses penyuntingan konten digital Purela.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai komunikasi visual dan produksi konten digital pada media sosial. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam proses produksi konten digital, khususnya pada platform TikTok.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan penerapan teknik video editing dalam membangun daya tarik visual konten TikTok pada akun @purela.id.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi digital terhadap konten TikTok Purela, wawancara dengan mentor dan rekan tim produksi konten, serta dokumentasi proses editing. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang berkaitan dengan

komunikasi digital, media sosial, video editing, dan daya tarik visual.

Teknik analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, klasifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada identifikasi teknik editing seperti cutting, pacing, penggunaan subtitle, sinkronisasi audio, transisi, dan komposisi visual yang digunakan dalam konten TikTok Purela.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

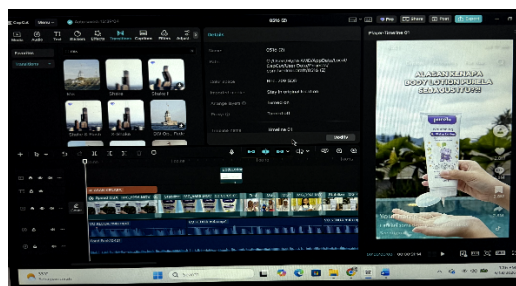
Penerapan Teknik Video Editing pada Konten TikTok @purela.id

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap beberapa konten TikTok @purela.id ditemukan bahwa teknik video editing memiliki peran penting dalam membangun kualitas visual konten. Proses editing konten dilakukan menggunakan perangkat lunak CapCut yang dipilih karena memiliki fitur editing yang sesuai dengan kebutuhan produksi konten video pendek pada platform TikTok. CapCut digunakan untuk proses cutting, penambahan subtitle, sinkronisasi audio, penggunaan transisi, hingga pengaturan warna visual konten.

Dalam beberapa konten yang diamati, teknik editing yang paling dominan digunakan meliputi cutting

cepat, penggunaan subtitle dinamis, sinkronisasi audio, transisi sederhana, serta penggunaan hook visual pada bagian awal video. Teknik tersebut terlihat digunakan secara konsisten pada berbagai jenis konten, baik konten promosi produk, edukasi, maupun konten hiburan ringan yang disesuaikan dengan tren TikTok.

Penggunaan cutting cepat terlihat membantu menjaga ritme video agar tetap dinamis dan tidak monoton. Selain itu, subtitle dinamis digunakan untuk memperjelas informasi serta membantu audiens memahami isi video tanpa harus mengaktifkan audio. Dalam beberapa konten, penggunaan hook visual berupa teks pertanyaan dan close-up produk juga terlihat digunakan untuk menarik perhatian audiens sejak awal tayangan.



Gambar 1 Halaman Utama
CapCut Dalam Proses Editing

Wibowo (2020) menjelaskan bahwa editing tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis penyuntingan gambar, tetapi juga sebagai tahap kreatif dalam membangun ritme dan penekanan pesan visual. Hal tersebut terlihat pada konten TikTok Purela yang menggunakan editing sebagai bagian dari strategi komunikasi visual. terlihat pada konten TikTok Purela yang menggunakan editing sebagai bagian dari strategi komunikasi visual

Daya Tarik Visual Konten TikTok Purela

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter audiens memengaruhi gaya editing konten TikTok Purela. Target audiens utama Purela adalah ibu-ibu yang aktif di media sosial dan memiliki perhatian terhadap perlindungan kulit bayi. Oleh karena itu, Purela menggunakan style visual yang clean, modern fast-paced, dan relatable agar lebih sesuai dengan karakter audiens TikTok.

Konten dianggap menarik secara visual apabila mampu membuat audiens berhenti scrolling pada tiga detik pertama dan bertahan menonton hingga akhir video. Untuk mencapai hal tersebut, editor

menggunakan visual yang jelas, potongan video cepat, Penggunaan subtitle dan elemen tambahan dinilai penting dalam mempertahankan perhatian audiens. Namun, penggunaan efek editing yang terlalu ramai justru dapat mengganggu penyampaian pesan utama. Oleh karena itu, keseimbangan antara estetika visual dan informasi harus tetap dijaga.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Suryani dan Amalia (2021) yang menyatakan bahwa konten audio-visual yang dikemas secara kreatif memiliki potensi lebih besar dalam menarik perhatian audiens dibandingkan konten statis. Penggunaan visual yang konsisten dengan identitas brand juga membantu membangun citra visual Purela sebagai brand skincare bayi.



Gambar 2 Contoh
Subtitle Dinamis

Dari sisi visual, konten Purela cenderung menggunakan warna-warna cerah dan lembut yang sesuai dengan identitas produk skincare bayi. Penggunaan elemen visual tersebut membantu membangun kesan bersih, aman, dan ramah bagi target audiens, yaitu orang tua.

E. Kesimpulan

teknik video editing memiliki peran penting dalam membangun daya tarik visual konten TikTok @purela.id. Proses editing tidak hanya berfungsi sebagai tahap teknis penyuntingan video, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi visual dalam menyampaikan pesan kepada audiens media sosial. Penggunaan perangkat lunak CapCut membantu proses produksi konten melalui berbagai fitur editing yang mendukung pembuatan video pendek yang dinamis dan komunikatif.

Teknik editing yang dominan digunakan pada konten TikTok Purela meliputi cutting cepat, penggunaan subtitle dinamis, sinkronisasi audio, penggunaan hook visual pada awal video, serta pengaturan visual dengan warna-warna lembut yang sesuai dengan identitas brand skincare bayi.

Penerapan teknik tersebut membantu menciptakan ritme visual yang menarik sehingga audiens lebih mudah mempertahankan perhatian selama video berlangsung.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa penggunaan subtitle dan motion text membantu memperjelas informasi serta meningkatkan kenyamanan audiens dalam memahami isi konten. Selain itu, penggunaan visual yang konsisten dengan karakter brand membantu membangun kesan bersih, aman, dan nyaman sesuai dengan target audiens Purela, yaitu orang tua.

Secara keseluruhan, teknik video editing berkontribusi dalam meningkatkan kualitas visual konten TikTok serta membantu membangun keterlibatan audiens pada media sosial. Namun, Namun, penggunaan efek visual yang terlalu ramai dapat mengganggu penyampaian pesan sehingga editor perlu menjaga keseimbangan antara estetika visual dan kejelasan informasi. Secara keseluruhan, teknik video editing tidak hanya berfungsi memperindah tampilan video, tetapi juga menjadi strategi komunikasi visual dalam membangun engagement dan

identitas brand Purela pada platform TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah N, Prasetyo B. (2023). Analisis daya tarik visual pada konten video pendek di media sosial. *Jurnal Studi Komunikasi*. 7(2):115–129.
- Hidayat R, Lestari M. (2022). Strategi produksi konten kreatif pada platform TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*. 6(1):45–60.
- Kusuma R, Sari M. (2023). Daya tarik visual dan minat audiens pada konten video promosi digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*. 4(2):55–70.
- Nasrullah R. (2020). Transformasi komunikasi digital di era media sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 9(2):90–102.
- Pramudito A, Sari D. (2024). Teknik editing video dan pembentukan persepsi visual audiens pada media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*. 13(1):67–82.
- Ramadhan A, Putri RP. (2022). Analisis efektivitas konten video pendek pada platform TikTok sebagai media promosi. *Jurnal Komunikasi Global*. 11(1):78–93.
- Setyanto Y, Nugroho A. (2022). Daya tarik visual sebagai strategi komunikasi pemasaran digital. *Jurnal Public Relations Indonesia*. 8(2):90–104.
- Suryani T, Amalia D. (2021). Pengaruh konten audio-visual terhadap minat audiens di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*. 5(2):115–128.
- Tinarbuko S. (2020). Elemen komunikasi visual dalam membangun makna pesan digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*. 5(1):1–12.
- Wibowo, F. (2020). Teknik dasar editing audio visual dalam produksi media digital. *Jurnal Broadcasting Indonesia*, 3(1), 15–27.
- Gunawan, A., & Permata, S. (2021). Strategi visual branding pada media sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 5(1), 33–47.
- Mahendra, D., & Wijaya, P. (2022). Pengaruh editing video terhadap kualitas visual konten media sosial. *Jurnal Multimedia Indonesia*, 7(2), 88–101.