
IMPLEMENTASI DAN ANALISIS *COLOR GRADING* TERHADAP EMOSI PENONTON PADA VIDEO *WEDDING* “AFRA DAN SEPTIAN”

Jihat Nur Robbi

Jurusan Teknik Informatika, Program Studi Teknik Multimedia

Politeknik Negeri Batam

Email address: jihatnurrobbi1@gmail.com

Sandi Prasetyaningsih

Jurusan Teknik Informatika, Program Studi Teknik Multimedia

Politeknik Negeri Batam

Email: sandi@polibatam.ac.id

ABSTRAK

Pada proses pasca produksi pada video, pengoreksian warna merupakan salah satu tahapan yang penting. Seorang *editor* memiliki peran yang sangat penting untuk melanjutkan visualisasi emosi yang dirasakan oleh karakter pada setiap *scene*. Pada video wedding Afra & Septian, peneliti akan membahas *color grading* dengan tingkat emosi penonton berdasarkan penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki beberapa tahap, yaitu implementasi, observasi, kuesioner, pengumpulan data, dan analisis menggunakan Anova. Penelitian ini melibatkan 32 orang responden yang terdiri dari tujuh pasangan yang akan menikah dan tujuh pasangan yang akan menikah. Hasil analisis menunjukkan bahwa proses *color grading* menggunakan warna *red*, *green*, *blue* dan kombinasi tidak mempengaruhi emosi penonton. Hasil pengujian hipotesis memberikan hasil nilai rata-rata pra assesment dan pasca assesment pada video versi *green* adalah sama atau tidak ada perbedaan yang signifikan, sedangkan pada video versi *red*, *blue* dan kombinasi memberikan hasil nilai rata-rata pra assesment dan pasca assesment memiliki perbedaan yang signifikan.

Kata kunci: *color*, *grading*, *emosi*, *editing*, *anova*, *kuantitatif*

ABSTRACT

There is essential process in the editing stage namely color grading. Editor has important role to visualize the character's emotion for each scene. By using the study case of Afra and Septian's wedding, the color grading will be analyze by utilizing quantitative method to analyze the audience's emotion when watching the video. This study is divided into several steps; implementation, observation, questionnaire, data collecting, and analyzing by using Annova. For about 32 respondents are included. The respondents consist of seven couple that will be getting married and seven married couple. The research result shows the color grading of red, green, blue, and color combination do not affect the audition emotion. Based on the hypothesis analyze, the average of pre and post assessment of video with green color grading has same number or there is no significant differences. While vide with the red, blue, and color combination has same value in average in pre assessment and significant number differences in post assessment.

Keywords: *color*, *grading*, *emotion*, *editing*, *anova*, *quantitative*

1. PENDAHULUAN

Video merupakan teknologi yang dipergunakan untuk menangkap, merekam, serta memproses sekumpulan gambar atau *frame* yang tersusun secara berurutan dengan jumlah tertentu yang saling

berhubungan tiap detik [1]. Dalam video tentunya tidak terlepas dari unsur pencahayaan yang sangat berpengaruh terhadap kualitas warna yang dihasilkan [2].

Elemen visual yang dihadirkan dalam setiap adegan menampilkan unsur metafisika pembentuk manusia atau dengan kata lain merepresentasikan unsur dari diri manusia melalui video. Aspek atau elemen visual terpenting dalam video yang dapat menambah nilai estetis serta menarik perhatian penonton secara emosional adalah warna [3]. Faktor emosi memerankan peranan penting dalam keberhasilan suatu video. Penelitian [4] menyatakan bahwa sebuah video akan menghasilkan kesan yang lebih beragam dalam memainkan emosi penonton seperti rasa senang, sedih, terkejut, marah, jijik, dan emosi lainnya. Potensi rekaman video dapat dimaksimalkan dengan teknik *color grading* yang bisa dicapai terhadap emosi dan kepuasan penonton.

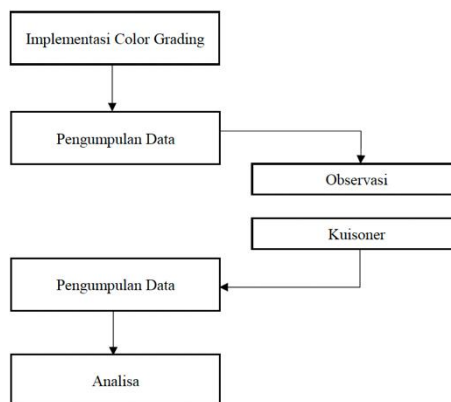
Penggunaan *color grading* bertujuan untuk lebih mengoreksi atau mempertajam warna serta untuk meminimalisir terjadinya kekurangan yang diakibatkan kekurangan cahaya saat proses merekam. Selain itu, *color grading* juga dapat menjadikan video lebih menarik ketika ditonton [5]. Seseorang yang dalam keadaan emosi negatif membutuhkan lebih banyak penalaran, dibandingkan dengan orang dalam keadaan emosi positif yang memahami mengapa dan bagaimana bisa terjadinya perasaan yang tidak menyenangkan tersebut [6]. Warna bisa merubah *mood* dari sedih menjadi bahagia, dari kebingungan menjadi kecerdasan, dari rasa takut hingga percaya diri. Warna merupakan salah satu faktor efektif dalam suatu ruang pengaruh untuk mengekspresikan emosi seseorang [7].

Psikologi warna mempelajari dan mengidentifikasi persepsi manusia pada wana-warna benda yang ada. Seorang videografer ataupun *editor* adalah hal penting dalam menggunakan psikologi warna. Hal ini berfungsi agar membangun efek emosi pada karya yang dapat dirasakan sepenuhnya oleh orang lain yang menonton/melihat karya tersebut [8].

Pada penelitian ini penulis akan memperlihatkan perbandingan video yang sudah melalui proses *color grading* dengan hasil video sebelum proses *color grading*. Penggunaan warna yang tepat untuk menonjolkan efek emosi yang diinginkan dalam dunia videografi sudah dikenal sejak lama. Salah satu contoh yaitu penggunaan warna biru (*warm color*) untuk membangun suasana takut, tegang, serius, seperti layaknya video horor serta sebaliknya, penggunaan warna yang terang untuk membangun suasana yang ceria, bahagia, dan penuh kegembiraan [9].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang dimana data kuantitatif deskriptif merupakan data yang berupa angka-angka, seperti jumlah responden, usia, dan lainnya yang kemudian akan diolah dengan statistik dan dideskripsikan [10]. Peneliti membuat desain penelitian yang terdiri dari implementasi *color grading*, pengumpulan data (observasi, kuisioner), pengolahan data dan analisa seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

2.1 Observasi

Kegiatan yang bersifat ilmiah empiris yang menjadikan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan maupun bersumber dari teks sebagai dasar untuk data yang akan diperoleh, melalui pengamatan panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun disebut observasi [11]. Teknik observasi memiliki ciri yang lebih spesifik dari teknik wawancara, komunikasi langsung secara lisan terhadap objek penelitian tidak diharuskan ada dalam teknik ini. Teknik observasi dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara pengamatan dan perekaman atas reaksi wajah penonton ketika menonton “video *wedding*”. Selanjutnya peneliti melakukan pencatatan hasil emosi penonton dari setiap adegan yang diputar menggunakan rekaman yang telah direkam sebelumnya kepada narasumber. Tolak ukur dalam menganalisa emosi penonton ini terdapat tiga penilaian diantaranya waktu, adegan, serta jenis emosi penonton.

2.2 Kuisioner

Kegiatan yang bersifat ilmiah empiris yang menjadikan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan maupun bersumber dari teks sebagai dasar untuk data yang akan diperoleh, melalui pengamatan panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun disebut observasi [11]. Teknik observasi memiliki ciri yang lebih spesifik dari teknik wawancara, komunikasi langsung secara lisan terhadap objek penelitian tidak diharuskan ada dalam teknik ini. Teknik observasi dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara pengamatan dan perekaman atas reaksi wajah penonton ketika menonton “video *wedding*”. Selanjutnya peneliti melakukan pencatatan hasil emosi penonton dari setiap adegan yang diputar menggunakan rekaman yang telah direkam sebelumnya kepada narasumber. Tolak ukur dalam menganalisa emosi penonton ini terdapat tiga penilaian diantaranya waktu, adegan, serta jenis emosi penonton.

2.3 Desain Editing

Dalam video ini akan terdapat empat versi, yaitu versi 1 (*red*), versi 2 (*green*), versi 3 (*blue*) dan versi 4 (kombinasi warna). Ke-empat video tersebut akan menampilkan hasil video dengan kualitas warna berbeda menurut versinya masing-masing. Penggunaan *adjustment layer* sangat membantu dan dapat menghemat waktu *editor* untuk mengubah *color grading* setiap versi video yang dihasilkan, sehingga pemberian warna pada satu *scene* sama dengan jumlah pemberian warna pada *scene* lainnya. Empat versi video yang akan melalui proses penyuntingan ini adalah:

a. Versi *Red*

Pengeditan video versi *red* dengan memilih *RGB curves* pada area R, yaitu dengan menambahkan *shadow* dan *highlight* pada video dan hasil yang diperoleh akan seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Contoh Implementasi Versi Warna Red pada Video Wedding

b. *Versi Green*

Pengeditan video versi *green* dengan memilih *RGB curves* pada area G, yaitu dengan menambahkan *shadow* dan *highlight* pada video dan hasil yang diperoleh akan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. *Contoh Implementasi Versi Warna Grey pada Video Wedding*

c. *Versi Blue*

Pengeditan video versi *blue* dengan memilih *RGB curves* pada area B, yaitu dengan menambahkan *shadow* dan *highlight* pada video dan hasil yang diperoleh akan seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. *Contoh Implementasi Versi Warna Blue pada Video Wedding*

d. *Versi Kombinasi*

Video dengan versi kombinasi ini merupakan gabungan dari tiga versi sebelumnya, yaitu versi merah, versi hijau dan versi biru. Jika tiga versi sebelumnya menggunakan *RGB curves*, versi gabungannya akan berbeda. Versi gabungan ini menggunakan opsi "*Hue Saturation Curves*". *Hue Saturation Curves* masih termasuk dalam opsi *Lumentri Color* dan hasilnya disajikan pada gambar 5.



Gambar 5. Contoh Implementasi Versi Kombinasi pada Video Wedding

2.4 Metode Analisis Data

Alat analisis pengolahan data menggunakan metode analisis “Anova” atau biasa disebut analisis ragam. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang asimetri orientasi etika dan informasi yang signifikan [12]. Uji Anova yang digunakan adalah uji Anova satu jalur yang diperoleh dari percobaan dengan berbagai tingkat faktor, pada kebanyakan studi kasus tingkat faktor yang diteliti lebih dari dua. Taraf signifikan yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan aplikasi Microsoft Excel.





















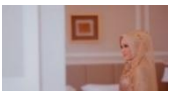

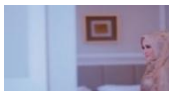
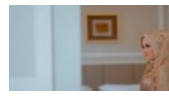
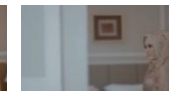












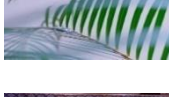
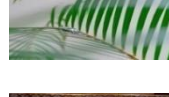







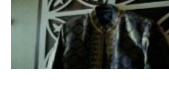


















3. HASIL DAN PEMBAHASAN







3.1 Implementasi Color Grading

Penerapan *color grading* pada video wedding terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Penerapan *Color grading* pada Video Wedding

Scene	VersiRed	VersiGreen	VersiBlue	VersiKombinasi	Versi Original
1-2					
3					
4					
5 - 7					

<i>Scene</i>	<i>VersiRed</i>	<i>VersiGreen</i>	<i>VersiBlue</i>	<i>VersiKombina si</i>	<i>Versi Original</i>
8					
9					
10-11					
12					
13					
14					
15-16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

Scene	VersiRed	VersiGreen	VersiBlue	VersiKombina si	Versi Original
23					
24					
25					

3.2 Hasil Analisa Emosi Penonton

Analisa ini dapat dilihat pada rekaman file yang dibuat saat penonton menonton video *wedding tersebut*. Proses analisa difokuskan pada video *pasca asesmen* (video *red, green, blue* dan kombinasi). Dengan meninjau rekaman, hal ini dilakukan untuk melihat ekspresi penonton saat menonton video *wedding tersebut*. Terdapat 3 penilaian yang menjadi tolak ukur dalam analisis emosi penonton, yaitu:

1. Waktu dalam menit
2. Adegan Aktor
3. Jenis Emosi Penonton (marah, takut, mual/menjijikkan, remeh/memandang rendah, gembira, sedih, kaget/terkejut).



Gambar 5. Hasil Perikaman Wajah Penonton

Berdasarkan hasil analisis video versi merah, hijau, biru, dan kombinasi adalah tidak adanya emosi yang muncul saat responden menonton video *wedding tersebut*. Dapat dikatakan bahwa dalam video *wedding tersebut* warna tidak mempengaruhi emosi, dan semua responden yang telah menonton video tidak menunjukkan emosi apapun baik versi video *red, green*, atau *blue* atau versi kombinasi.

3.3 Hasil Pengujian Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, kuesioner terdapat dua versi, yaitu versi *pre assessment* (video *original*) dan *pre-assessment*. Pernyataan pada masing-masing kuesioner tersebut adalah sama. Yang membedakan adalah versi video yang ditonton. Tabel 2 merupakan hasil dari pengolahan data kuesioner yang telah dikumpulkan.

a. Versi Red

Tabel 2. Summary Anova Versi Red

SUMMARY				
Groups	Count	Sum	Average	Variance
Sebelum	8	78	9.75	2.214286
Sesudah	8	38	4.75	6.5

Tabel 2. memperlihatkan hasil nilai rata-rata jawaban responden pada video versired sebelum proses *color grading* dan setelah proses *color grading*. Terlihat bahwa nilai rata-rata pada video sebelum adalah sebesar 9.75 yang artinya lebih besar dari nilai rata-rata video sesudah *color grading* yang mendapatkan nilai rata-rata 4.75. Dengan demikian artinya responden lebih menyukai video versi sebelum proses *color grading* atau video original.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Anova Versi Red

ANOVA							
Source of Variation	SS	Df	MS	F	P-value	F crit	
Between Groups	100	1	100	22.9508	0.000288	4.6001	
Within Groups	61	4	15.25				
Total	161	5					

Dari tabel 3. hasil pengujian hipotesis terlihat bahwa nilai F hitung pada kolom F adalah sebesar 22.95082 dan nilai F tabel pada kolom F crit adalah sebesar 4.6001. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima atau dengan kata lain nilai rata-rata sebelum proses *color grading* (pra assessment) dan sesudah proses *color grading* (post assessment) versi red adalah tidak sama atau terdapat perbedaan.

b. Versi Green

Tabel 4. Summary Anova Versus green

SUMMARY				
Groups	Count	Sum	Average	Variance
Sebelum	8	69	8.625	2.839286
Sesudah	8	66	8.25	4.785714

Tabel 4. memperlihatkan hasil nilai rata-rata jawaban responden pada video versi green sebelum proses *color grading* dan setelah proses *color grading*. Terlihat bahwa nilai rata-rata pada video sebelum dan sesudah adalah 8. Perbedaan nilai rata-ratanya hanya sekitar 0,625. Namun, secara umum dan secara perhitungan anova nilai tersebut adalah sama. Kita dapat melihat tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Anova Versus Green

ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	0.562	1	0.562	0.147	0.706	
Within Groups	53.37	4	13.3425			
Total	53.93	5				

Pada tabel 5. hasil pengujian hipotesis terlihat bahwa nilai F hitung (F) adalah sebesar 0.147 dan nilai F tabel (*F crit*) adalah sebesar 4.60. Data tersebut berarti nilai F hitung lebih kecil daripada nilai F tabel, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan kata lain, nilai rata-rata sebelum proses *color grading (pre-assessment)* dan sesudah proses *color grading (post assessment)* versi green adalah sama atau tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

c. Versi Blue

Tabel 6. Summary Anova Video Versi Blue

SUMMARY				
<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Sebelum	8	73	9.125	2.696429
Sesudah	8	50	6.25	6.214286

Tabel 6. memperlihatkan hasil nilai rata-rata jawaban responden pada video versi blue sebelum proses *color grading* dan setelah proses *color grading*. Terlihat bahwa nilai rata-rata pada video sebelum adalah sebesar 9.125 yang lebih besar dari nilai rata-rata video sesudah *color grading* yang mendapatkan nilai rata-rata 6.25. Dengan demikian artinya mayoritas responden lebih menyukai video versi sebelum proses *color grading*.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Anova Vidio Versi Blue

ANOVA						
<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	33.062	1	33.0	7.4208	0.01646	4.60
Within Groups	62.375	4	15.594			
Total	95.437	5				

Pada tabel 7. hasil pengujian hipotesis terlihat bahwa nilai F hitung (F) adalah sebesar 7.42 dan nilai F tabel (*F crit*) adalah sebesar 4.60. Data tersebut berarti nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan kata lain, nilai rata-rata sebelum proses *color grading (pre-assessment)* dan sesudah proses *color grading (post assessment)* versi blue adalah tidak sama atau terdapat perbedaan yang signifikan.

d. Versi Kombinasi

Tabel 8. Summary Anova Video Versi Kombinasi

SUMMARY				
<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Sebelum	7	69	9.857	4.476
Sesudah	7	39	5.571	2.285

Tabel 8. memperlihatkan hasil nilai rata-rata jawaban responden pada video versi kombinasi sebelum proses *color grading* dan setelah proses *color grading*. Terlihat bahwa nilai rata-rata pada video sebelum adalah sebesar 9.85 yang lebih besar dari nilai rata-rata video sesudah *color grading* yang mendapatkan nilai rata-rata 5.57. Dengan demikian artinya mayoritas responden lebih menyukai video versi sebelum proses *color grading*.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Anova Video Versi Kombinasi

ANOVA						
-------	--	--	--	--	--	--

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	64	1	64	20.837	0.000441	4.6001
Within Groups	43	4	3.0714			
Total	107	5				

Pada tabel 9. hasil pengujian hipotesis terlihat bahwa nilai F hitung (F) adalah sebesar 20.837 dan nilai F tabel (*F crit*) adalah sebesar 4.60. Data tersebut berarti nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dengan kata lain, nilai rata-rata sebelum proses *color grading* (*pre-assessment*) dan sesudah proses *color grading* (*post assessment*) versi kombinasi adalah tidak sama atau terdapat perbedaan yang signifikan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan observasi dari implementasi video *color grading* versi *red*, *green*, *blue* dan kombinasi tidak ditemukan adanya perubahan emosi pada reaksi wajah penonton, sehingga dapat dikatakan pengaturan warna atau *color grading* pada video tersebut tidak mempengaruhi emosi.

Perbandingan nilai rata-rata video *pre-assessment* (video original) dan *post assessment* versi *green* memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu 8 yang artinya mayoritas responden awam maupun ahli menilai bahwa video sebelum proses *color grading* atau video original dan setelah proses *color grading* adalah sama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Widiarto, W., 2016. "Peringkasan Konten Video Menggunakan Metode Berbasis Frame Kunci (*keyframe*)". ITSMART: Jurnal Teknologi dan Informasi, 1(2), pp.82-87.
- [2] Tanaya, I. B. D., C., Trimarianto dan I. W. Y. Manik., 2018. "Penerapan Tema Art of Light pada Ruang Dalam". Studio Profesional Fotografi Dan Videografi Di Ubud, vol. VI, no. 2, pp. 153-156, 2018.
- [3] Praciwara, M.M., 2016. "Warna sebagai Look dan *Mood* pada Videografi Film Televisi "Pancer" ". INVENSI (JurnalPenciptaan dan PengkajianSeni), 1(1), pp.26-36.
- [4] Ardyaksa, A.S. and Hastjarjo, T.D., 2016. "Pengaruh film alternatif terhadap emosi". Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP), 2(1), pp.1-7.
- [5] Fortunanda, D.R., 2017. Penyutradaraan Dokumenter "Mini Garages" Dengan Gaya Performatif (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- [6] Zulfiqar, S. and Islam, A., 2017. "Exploring the role of emotions and *mood s* in decision making: Study on the use of structured decision approach and intuition". International Journal of Engineering and Management Sciences, 2(3), pp.140-149.
- [7] Kurt, S. and Osueke, K.K., 2014. "The effects of color on the *mood s* of college students". sage Open, 4(1), p.2158244014525423.
- [8] F. Tiffany, "Kompasiana," 2015. [Online]. Available: <https://www.kompasiana.com/fransiska.t/5500caf9a333119a72511f4e/pengaruh-warna-dalam-ruang-terhadap-kondisi-fisik-dan-psikologis-manusia>. [Accessed 13 October 2020].

- [9] Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R. and Herlina, D., 2017. "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja". *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- [10] Roslan, S., Anggraini, D. and Minanda, A., 2018. *Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari (Doctoral dissertation, Haluoleo University)*.
- [11] Hasanah, H., 2017. "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)". *At-Taqaddum*, 8(1), pp.21-46.
- [12] Hariningtyas, R.A. and Aisyah, M.N., 2015. "Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Senjangan Anggaran pada PenganggaranPartisipatifdenganOrientasi Etika Sebagai Variabel Moderating". *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), pp.73-87.