

ABSTRAK

Dalam konteks video iklan layanan masyarakat mengenai pinjaman online, isu yang diangkat sangat relevan dengan kondisi saat ini di mana banyak masyarakat yang tergiur dengan kemudahan pinjaman online tanpa mempertimbangkan risiko yang menyertainya. Fenomena pinjaman online telah menjadi topik hangat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di Indonesia, di mana banyak masyarakat yang mengalami kerugian akibat kurangnya pemahaman mengenai mekanisme dan risiko pinjaman online. Salah satu elemen kunci dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat yang efektif adalah pencahayaan. Pencahayaan dalam produksi video tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis untuk menerangi subjek, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun suasana dan emosi yang ingin disampaikan. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pencahayaan dapat mempengaruhi persepsi penonton terhadap pesan yang disampaikan, suasana hati, dan bahkan tingkat keterlibatan mereka dengan konten tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pencahayaan dapat digunakan secara efektif dalam video iklan layanan masyarakat untuk membangun suasana dan emosi yang tepat. Fokus utama adalah bagaimana pencahayaan mempengaruhi persepsi dan respons emosional penonton terhadap pesan "Cerdas Memilih Pinjaman Online: Ketahui Risiko dan Manfaat". Dengan memahami peran pencahayaan dalam konteks ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pembuat video iklan layanan masyarakat dalam merancang strategi pencahayaan yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Pencahayaan, Suasana, dan Emosi.

Abstract

In the context of public service announcement videos on online lending, the issues raised are very relevant to the current condition where many people are tempted by the convenience of online lending without considering the risks that come with it. The phenomenon of online lending has become a hot topic in recent years, especially in Indonesia, where many people have suffered losses due to a lack of understanding of the mechanisms and risks of online lending. One of the key elements in creating an effective public service announcement video is lighting. Lighting in video production not only serves as a technical tool to illuminate the subject, but also has an important role in establishing the mood and emotions to be conveyed. Various studies have shown that lighting can affect the audience's perception of the message, mood, and even their level of engagement with the content. The research method uses a qualitative approach with a descriptive model. This research aims to explore how lighting can be used effectively in public service announcement videos to build the right atmosphere and emotions. The main focus is on how lighting affects the audience's perception and emotional response to the message "Smart Online Loan Choices: Know the Risks and Benefits". By understanding the role of lighting in this context, it is hoped to provide insights into how lighting can be used in public service announcements.

Keywords: Public Service Announcements, Lighting, Atmosphere and Emotion.