

Strategi Editing Kreatif Berbasis *The Rule of Six* Walter Murch pada Konten Berita Viral Parungpanjang pada Instagram Reels @Pojok_Bogor

Febrian Widi Purnama¹, David Rizar Nugroho², Ika Yuliasari³

¹ Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University
Jl. Kumbang No.14 Bogor

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan
Jalan Pakuan No.1 Bogor

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Jayabaya
Jl. Pulomas Selatan Kav. No.23 4, Jakarta Timur

mrfebrian@apps.ipb.ac.id, davidrizarnugroho@unpak.ac.id, ika_yuliasari@jayabaya.ac.id

Abstrak

Era Attention Economy menuntut media berita menjaga integritas jurnalistik sekaligus beradaptasi dengan budaya visual media sosial yang serba cepat. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan teknik editing kreatif dalam konten berita viral Parungpanjang pada akun Instagram @pojok_bogor menggunakan kerangka “The Rule of Six” Walter Murch, yang memprioritaskan enam elemen penyuntingan: emotion, story, rhythm, eye-trace, screen direction, dan three-dimensional space. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten dan wawancara mendalam dengan key informant, informan, dan sumber triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi editing @pojok_bogor secara konsisten mengadopsi hierarki prioritas Murch, dengan Emotion dan Story ditempatkan sebagai prioritas tertinggi, sering kali mengesampingkan kontinuitas teknis seperti Screen Direction dan Three-Dimensional Space. Teknik-teknik spesifik seperti beat-sync, desain teks yang ramah penonton tanpa suara (silent-viewing text design) untuk memandu eye-trace, serta manipulasi color grading digunakan secara strategis untuk menerjemahkan arahan emosional dan targeted mood ke dalam produk visual. Studi ini juga mengidentifikasi bahwa kualitas materi mentah dari User Generated Content (UGC) dan tekanan tenggat waktu menjadi kendala utama yang diatasi melalui kompromi teknis demi mempertahankan dampak naratif. Kesimpulannya, teknik editing kreatif di @pojok_bogor berfungsi bukan hanya sebagai estetika, melainkan sebagai instrumen strategis untuk membangun keterlibatan audiens dan memvalidasi relevansi media lokal di ranah desain komunikasi visual digital.

Kata kunci—Editing Kreatif, Instagram Reels, Jurnalisme Digital, The Rule of Six, Viralitas

Abstract

In the Attention Economy era, news media face a dual challenge: maintaining journalistic integrity while adapting to the fast-paced visual culture of social media. This study analyzes the application of creative editing techniques in the viral Parungpanjang news content on the Instagram account @pojok_bogor, using Walter Murch’s “The Rule of Six” framework, which prioritizes six editing elements: emotion, story, rhythm, eye-trace, screen direction, and three-dimensional space. This research employs a descriptive qualitative method with a case-study approach. Data were collected through content observation and in-depth interviews with a key informant, an informant, and a triangulation source. The results indicate that @pojok_bogor’s editing strategy consistently adopts Murch’s priority hierarchy, with Emotion and Story placed as the highest priorities, often at the expense of technical continuities such as Screen Direction

and Three-Dimensional Space. Specific techniques such as beat-sync, silent-viewing text design to guide eye-trace, and color-grading manipulation are used strategically to translate emotional directives and targeted mood into visual products. The study also identifies raw-material quality of User Generated Content (UGC) and deadline pressure as major constraints addressed through technical compromises to preserve narrative impact. In conclusion, creative editing techniques at @pojok_bogor serve not merely as aesthetics, but as strategic instruments for building audience engagement and validating the relevance of local media within digital visual communication design.

Keywords—Creative Editing, Digital Journalism, Instagram Reels, The Rule of Six, Virality

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada dunia komunikasi massa. Dominasi media konvensional mulai tergeser oleh kehadiran platform digital yang lebih interaktif dan menonjolkan aspek visual. Salah satu platform yang paling menonjol adalah media sosial, khususnya Instagram, yang kini menjadi panggung utama bagi individu maupun organisasi, termasuk media berita, untuk bersaing mendapatkan perhatian audiens. Dalam lingkungan yang begitu padat dengan informasi, kualitas visual dari sebuah konten tidak lagi hanya soal keindahan semata, melainkan telah menjadi faktor strategis yang penting. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Putra dan Wulandari (2020) yang menyatakan bahwa strategi konten visual adalah kunci utama untuk membangun keterlibatan audiens di Instagram, sehingga menjadikannya bagian penting dari komunikasi digital, terutama di Indonesia yang sangat kompetitif.

Keberhasilan komunikasi di platform seperti Instagram sangat bergantung pada prinsip *attention economy*. Menurut Zulli (2018), perhatian itu sendiri dianggap sebagai sebuah bentuk kerja, dan aktivitas melihat itulah yang menghasilkan nilai. Era *attention economy* ini juga didorong oleh berkembangnya Revolusi Industri 4.0 atau era digital. Menurut Yuliasari dan Ayuna (2023), era revolusi industri 4.0 merupakan suatu keadaan di mana penggunaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi berbasis digital semakin masif dan mendominasi berbagai aktivitas keseharian manusia, baik pada bidang kegiatan ekonomi, kesenian, olahraga, sosial, pemerintahan, maupun pendidikan. Dengan kata lain, setiap detik perhatian yang diberikan audiens pada sebuah konten memiliki nilai ekonomis, sehingga mendorong para kreator untuk berlomba-lomba menghasilkan karya yang paling menarik secara visual. Hal ini berarti sebuah konten harus mampu tampil beda dan menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat agar tidak tenggelam dalam lautan informasi. Pada titik ini, proses penyuntingan (editing) memegang peranan sangat penting untuk memenangkan persaingan tersebut.

Penelitian oleh Terreran dan Bertolotti (2021) menunjukkan bahwa elemen visual yang dirancang dengan baik akan meningkatkan kemungkinan sebuah konten dilihat dan diproses oleh audiens. Oleh karena itu, penerapan teknik editing kreatif bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi keharusan bagi akun media berita lokal seperti @pojok_bogor agar tetap eksis dan membangun interaksi yang kuat dengan audiensnya. Penelitian ini menggunakan teori editing kreatif Walter Murch yang dikenal sebagai

Aturan Enam atau *The Rule of Six* dalam bukunya, *In the Blink of an Eye* (Murch, 2001). Murch menjelaskan bahwa setiap keputusan pemotongan dalam film harus dipertimbangkan berdasarkan enam kriteria, dengan emosi (*emotion*) sebagai prioritas paling utama. Ia berpendapat bahwa tujuan utama editing adalah memandu audiens secara emosional dan mental, bukan sekadar menjaga kontinuitas visual semata. Kerangka ini sangat relevan untuk memahami fenomena konten berita Parungpanjang di akun @pojok_bogor yang menjadi viral, di mana reaksi emosional audiens jauh lebih dominan dibanding kontinuitas teknis.

Media berita di Indonesia yang beroperasi di platform visual seperti Instagram menghadapi tantangan unik untuk menyeimbangkan integritas jurnalistik dengan tuntutan budaya digital. Untuk tetap relevan, institusi berita harus mengadopsi bahasa visual yang dominan di platform tersebut tanpa mengorbankan akurasi fakta. Penelitian oleh Firmansyah dan Maulina (2022) mengenai adaptasi media berita di Indonesia menyoroti bahwa penggunaan Instagram untuk penyebaran berita telah menjadi strategi penting untuk menjangkau audiens muda yang menuntut format penceritaan visual inovatif. Dalam konteks ini, teknik editing kreatif berfungsi sebagai alat retorik yang memandu persepsi penonton dan membentuk makna (Mármol, 2019). Bagi @pojok_bogor, penguasaan teknik ini menjadi vital untuk menerjemahkan informasi kompleks berbasis fakta ke dalam format visual yang ringkas, menarik, dan mudah dicerna oleh audiens media sosial.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih membahas strategi konten visual Instagram, *engagement*, atau adaptasi media berita secara umum, sebagaimana terlihat pada kajian Putra dan Wulandari (2020), Sari dan Haryanto (2020), serta Firmansyah dan Maulina (2022). Namun, belum banyak kajian di bidang desain komunikasi visual (DKV) atau media visual yang secara spesifik membedah keputusan editing pada konten berita lokal berbasis Instagram Reels melalui kerangka *The Rule of Six*, terutama pada kasus konten viral yang bersumber dari materi *User Generated Content* (UGC) dan diproduksi di bawah tekanan tenggat waktu redaksi. Kesenjangan inilah yang berusaha diisi oleh penelitian ini, dengan menempatkan keputusan editing sebagai objek analisis visual, bukan sekadar strategi pemasaran digital semata.

Analisis mendalam terhadap strategi editing konten di akun Instagram @pojok_bogor menjadi relevan untuk mengetahui cara meningkatkan kualitas visual dan efektivitas pesan. Kebutuhan akan analisis semacam ini diperkuat dalam konteks lokal oleh Sari dan Haryanto (2020), yang menemukan bahwa konten pemasaran di Instagram berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek (*brand awareness*). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi serta dampak teknik editing kreatif di akun Instagram @pojok_bogor berbasis kerangka *The Rule of Six*, sekaligus memberikan kontribusi bagi kajian desain komunikasi visual dalam konteks jurnalisme digital berbasis video pendek.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, berfokus pada analisis penerapan teknik editing kreatif dalam konten Instagram @pojok_bogor. Data primer diperoleh melalui observasi langsung pada konten yang diunggah, sedangkan data sekunder berasal dari kajian literatur serta referensi terkait teori editing kreatif dan keterlibatan audiens. Studi kasus merupakan desain penelitian yang dapat ditemukan di berbagai bidang, terutama penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi (Creswell, 2014). Pendekatan studi kasus sering digunakan untuk menganalisis suatu program, kegiatan, aktivitas, proses, individu, serta kelompok individu, baik berupa penelitian tunggal maupun penelitian yang dibatasi oleh waktu dan tempat tertentu (Creswell, 2014). Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber sesuai dengan periode waktu yang relevan dengan penelitian.

Observasi konten dilakukan selama periode pengumpulan data satu bulan, yaitu pada tanggal 17 Agustus – 31 Desember 2026, terhadap seluruh populasi unggahan Instagram Reels di akun @pojok_bogor yang berjumlah 50 konten per bulan. Dari total 50 konten tersebut, unit analisis difokuskan pada unggahan yang memenuhi kriteria operasional "konten viral" terkait isu Parungpanjang. Dalam penelitian ini, kriteria viralitas ditetapkan secara kuantitatif berdasarkan batas performa relatif (*relative performance threshold*), yaitu konten yang mencapai tingkat jangkauan (*reach*) atau interaksi (*engagement rate* meliputi *likes*, *comments*, dan *shares*) sekurang-kurangnya tiga kali lipat (3x) di atas rata-rata (*mean*) performa 50 konten harian tersebut, atau masuk ke dalam jajaran 10% konten dengan *engagement* tertinggi (sekitar 5 konten terbaik). Posisi peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai *observer* partisipan yang terlibat langsung dalam proses produksi editing di lingkungan redaksi, sehingga dapat mengamati proses pengambilan keputusan editing secara langsung, bukan hanya menilai hasil akhirnya.

2.2 Data dan Instrumen

Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung dari divisi Desain Kreatif dengan cara berpartisipasi aktif secara langsung sebagai desainer selama proses produksi berlangsung, mulai dari tahap pra produksi hingga pasca produksi selesai.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau diperoleh dari hasil studi pustaka. Data yang digunakan dapat diperoleh dari arsip perusahaan, situs web PT. Pojok Satu Indonesia, dan buku-buku yang saling berhubungan. Instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara (daftar pertanyaan), alat bantu perekam, serta aplikasi pendukung lainnya.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam menyelesaikan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik berikut:

2.3.1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara terjun langsung dan melakukan pengamatan terkait kegiatan yang dilakukan editor di Pojok Satu Indonesia.

2.3.2. Partisipasi Aktif

Peneliti ikut serta dan ikut terlibat dalam berbagai kegiatan praproduksi, produksi hingga pascaproduksi di Pojok Satu Indonesia.

2.3.3. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan dua informan utama dan satu sumber triangulasi. Wawancara dengan *key informant* dan informan masing-masing berlangsung sekitar 45–60 menit secara tatap muka di lingkungan kerja, sedangkan wawancara dengan sumber triangulasi dilakukan secara daring selama kurang lebih 30 menit. Pertanyaan wawancara bersifat semi-terstruktur, mencakup proses pengambilan keputusan editing, prioritas emosional dalam *briefing*, kendala teknis produksi, serta penerapan keenam elemen *The Rule of Six* pada konten yang dianalisis. Wawancara ini dilakukan untuk menanyakan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

2.3.4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dilakukan dengan melalui pencarian data melalui berbagai sumber literatur, seperti buku dan bahan bacaan lain yang terkait dengan permasalahan yang diangkat. Hal ini dilakukan guna mendukung teori yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

2.3.5. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen publik atau pribadi. Sumber informasi ini terdiri dari materi-materi seperti notulensi rapat, laporan, publikasi resmi, surat, dan data *online* (Creswell, 2018). Untuk dokumentasi, peneliti melakukan penelitian pada konten-konten yang diproduksi selama periode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui metode dokumentasi ini berguna sebagai data relevan, sesuai dengan konteks penelitian. *Key informant* yang diwawancarai oleh peneliti ditampilkan pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian dan Keterkaitan Objek Studi

No.	Nama	Jabatan/Peran	Kategori Informan	Dasar Pemilihan/Keterkaitan dengan Penelitian
1.	Yayu Lutfiah	<i>Business Development Unit</i>	<i>Key Informan</i>	Bertanggung jawab atas analisis performa media, menentukan strategi

No.	Nama	Jabatan/Peran	Kategori Informan	Dasar Pemilihan/Keterkaitan dengan Penelitian
				keterlibatan audiens, serta menetapkan target KPI
2.	Muhammad Firdaus Sobur	Pembimbing Redaksi Pojoksatu	Informan Utama	Mengawasi eksekusi teknis editing harian, memberikan arahan struktur <i>storytelling</i> , serta mengevaluasi penerapan SOP visual media.
3.	M. Nauval Faturachman	Editor Video (@pojoksatu.id)	Informan Triangulasi	Praktisi editing eksternal/pembanding untuk menguji konsistensi penerapan teori <i>The Rule of Six</i>

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data telah dilakukan oleh peneliti sejak sebelum penelitian, pada saat penelitian, dan setelah penelitian selesai. Teknik analisis yang akan dilakukan di antaranya adalah:

1. Melakukan pencatatan secara rinci dan teliti terhadap konten viral Parungpanjang pada akun Instagram @pojok_bogor. Pencatatan ini mencakup unggahan *feed*, *story*, *reels*, *caption*, *comment*, hingga bentuk respons admin terhadap audiens.
2. Mengkategorisasikan data berdasarkan indikator penelitian, yaitu teori *The Rule of Six* (*emotion*, *story*, *rhythm*, *eye-trace*, *screen direction*, *three-dimensional space*).
3. Memasukkan data yang telah dikategorikan ke dalam kerangka analisis kualitatif deskriptif, dengan membandingkan Teknik Editing Kreatif Konten Viral di Parungpanjang dengan teori *Rule of Six* Walter Murch dan dari sini guna meneliti bagaimana masing-masing teknik diterapkan, diabaikan, atau dimodifikasi pada konten akun tersebut.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini lebih menekankan pada analisis tekstual dan interaksional dari konten digital, yaitu teks, visual, dan respon yang ada pada platform Instagram. Selain itu, peneliti juga menggunakan sumber-sumber literatur berupa buku dan jurnal online sebagai penguat teori dan referensi perbandingan dengan penelitian terdahulu.

2.5 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian kualitatif membutuhkan informasi yang jelas agar menghasilkan data penelitian yang valid. Menurut Moleong (2017), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data. Pendekatan ini

bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas data penelitian, dengan membandingkan dari berbagai sudut pandang.

Triangulasi metode dilakukan melalui observasi konten digital dan wawancara dengan pihak terkait, sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih komprehensif serta mengecek kebenaran penelitian yang dilakukan. Triangulasi ini memberikan perspektif berbeda namun tetap berhubungan dengan teknik editing kreatif. Penelitian ini menggunakan triangulasi metode dengan melakukan observasi mendalam pada penerapan teknik editing kreatif akun Instagram @pojok_bogor untuk mengetahui teknik editing yang diterapkan. Selain itu, dilakukan pula wawancara kepada informan triangulasi, yaitu seorang editor video pada akun TikTok @pojoksatu.id, dengan durasi wawancara sekitar 30 menit secara daring, dengan harapan dapat memberikan pandangan tambahan terkait topik yang dibahas.

Proses verifikasi data dilakukan melalui alur sebagai berikut:

2.5.1. Data Observasi Konten

Peneliti mengamati langsung hasil editing video Reels isu Parungpanjang (mencakup ritme, pemotongan gambar, dan tipografi *overlay*)

2.5.2. Data Wawancara Redaksi

Temuan observasi kemudian dikonfirmasi kepada *Key Informan* dan Informan Utama (Pojok Bogor) untuk mengetahui alasan di balik keputusan penyuntingan dan prioritas emosi yang diterapkan.

2.5.3. Data Dokumentasi

Alasan tersebut dicocokkan kembali dengan dokumen internal redaksi, seperti lembar *briefing*, jadwal publikasi, dan catatan performa *reach/engagement*.

2.5.4. Triangulasi Sumber Eksternal

Data dari pihak Pojok Bogor selanjutnya dibanding-silangkan (*cross-check*) dengan perspektif informan triangulasi (Editor @pojoksatu.id) guna memvalidasi apakah teknik *beat-sync*, pengelolaan *safe zone*, dan pengorbanan kontinuitas spasial demi emosi merupakan standar praktik yang wajar dalam jurnalisme media sosial berbasis video pendek

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Editing telah bertransformasi dari sekadar tahap teknis menjadi proses fundamental dan seni persuasi untuk membangun narasi. Sejalan dengan pandangan Mármol (2019), editing berfungsi sebagai alat retorik vital yang memandu persepsi dan emosi penonton melalui keputusan-keputusan krusial, mulai dari pemilihan *hook* yang memikat, pengaturan ritme, hingga penentuan transisi. Pilihan ritmis seorang editor tidak hanya bersifat teknis, melainkan merupakan argumen kinestetik dan afektif yang secara aktif membentuk pengalaman audiens terhadap materi yang disajikan. Penguasaan teknik ini menjadi sangat krusial dalam lanskap media sosial modern yang beroperasi di bawah logika *Attention Economy*, di mana perhatian audiens adalah komoditas langka yang harus direbut dalam hitungan detik. Strategi ini diperkuat oleh temuan Wang (2020) bahwa ritme editing yang cepat mampu meningkatkan gairah fisiologis dan

mempertahankan atensi. Lebih jauh, Kress dan van Leeuwen (2020) menegaskan bahwa elemen audio-visual seperti musik, efek suara, dan transisi bukan lagi sekadar dekorasi, melainkan sumber daya semiotik yang digunakan secara strategis untuk membangun makna dan memenangkan persaingan di ruang digital yang kompetitif. Teknik editing kreatif pada akun Instagram @pojok_bogor dianalisis menggunakan teori *The Rule of Six* Walter Murch (2001), yang terdiri atas enam elemen: *emotion*, *story*, *rhythm*, *eye-trace*, *screen direction*, dan *three-dimensional space*.

Selain aspek naratif dan jurnalistik, keenam elemen tersebut juga dibaca sebagai elemen desain komunikasi visual (DKV) yang bekerja secara bersamaan pada layar vertikal Instagram Reels, meliputi komposisi layar vertikal, tipografi *overlay*, kontras warna, hierarki visual, ritme potongan gambar, warna dan mood, penggunaan sound design sebagai pendukung visual, zona aman pada *interface* Instagram, serta relasi antara teks, gambar, dan audio. Pembacaan ini memperjelas posisi artikel dalam ranah DKV/media visual, di samping sudut pandang jurnalisme digital yang telah dibahas sebelumnya.

Tabel 2. Penerapan *The Rule of Six* pada Konten Parungpanjang

<i>Elemen The Rule of Six</i>	Teknik Editing	Bukti pada Konten Parungpanjang	Fungsi Visual
<i>Emotion</i>	Musik haru, <i>slow motion</i> , <i>color grading</i> hangat	<i>Shot</i> jalan kosong / warga terdampak	Membangun empati
<i>Story</i>	Struktur <i>Hook–Context–Climax</i>	Visual kekacauan diikuti kelegaan	Menyusun narasi kontras
<i>Rhythm</i>	<i>Beat-sync</i> dengan musik	<i>Cut</i> mengikuti ketukan musik	Menahan perhatian audiens
<i>Eye-Trace</i>	Teks di zona aman tengah layar	<i>Overlay</i> teks di luar zona buta <i>interface</i>	Memudahkan konsumsi tanpa suara
<i>Screen Direction</i>	<i>Cutaway / B-roll</i> , <i>template font</i> MOGRT	Sisipan teks atau footage transisi	Mengurangi patahan visual
<i>Three-Dimensional Space</i>	Kombinasi <i>wide shot</i> dan <i>close-up</i>	Kontras ruang sempit dan lega	Membangun skala peristiwa

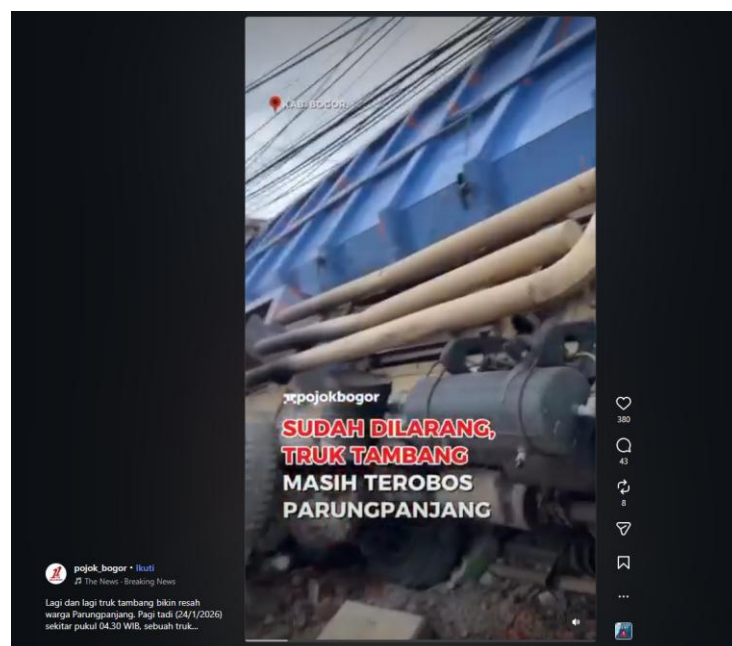
3.1. *Emotion*

Emosi ditempatkan sebagai prioritas operasional mutlak dalam alur kerja @pojok_bogor, yang diterjemahkan secara eksplisit melalui istilah internal “Target Rasa” saat *briefing* harian untuk menentukan mood spesifik yang ingin dicapai. Tim editor lebih mengutamakan emosi positif seperti haru dan lega karena dinilai lebih mudah dibagikan (*shareable*) dibandingkan amarah, dengan sengaja merancang dinamika *roller coaster* emosi yang memantik frustrasi di awal dan menutupnya dengan keharuan untuk

menciptakan dampak yang lebih kuat. Pencapaian target rasa ini dieksekusi melalui teknik kreatif utama yang meliputi pemilihan musik yang sedang tren, penerapan *slow motion* pada momen humanis, serta penggunaan *sound effects* (SFX) untuk membangun atmosfer. Secara visual, kontras warna dan mood turut ditegaskan lewat *color grading* yang lebih hangat pada momen haru dan lebih datar/desaturasi pada momen kekacauan, sehingga hierarki visual pada *frame* mengarahkan mata penonton pada elemen yang paling sarat emosi. Praktik ini sekaligus menjadi konfirmasi mutlak terhadap hierarki *The Rule of Six* karya Walter Murch, di mana seluruh narasumber sepakat untuk selalu memprioritaskan *footage* yang memiliki muatan emosi kuat meskipun secara teknis cacat, goyang, atau pecah dibandingkan gambar yang sinematik secara visual namun terasa datar tanpa emosi.

3.2. Story

Elemen cerita menempati prioritas kedua dalam hierarki keputusan editing di @pojok_bogor, di mana proses produksinya tidak sekadar merangkai gambar, melainkan diawali dengan pemadatan naskah jurnalistik yang kompleks menjadi struktur naratif visual yang ringkas, terdiri dari *Hook*, *Context*, dan *Climax*. Strategi ini bertujuan membuang elemen *non-esensial* untuk menyampaikan satu pesan inti yang kuat dalam durasi singkat, sebagaimana diterapkan pada kasus viral Parungpanjang yang menggunakan strategi narasi kontras.



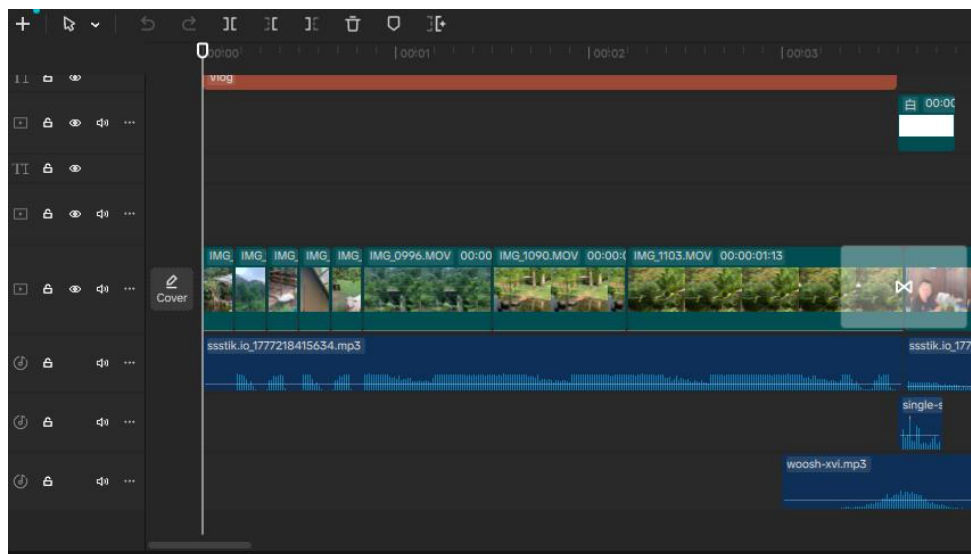
Gambar 1. *Hook Video Reels* Parungpanjang
(Sumber: instagram @pojok_bogor, 2026)

Editor diwajibkan menjaga logika *sequencing* yang ketat, menempatkan visual kekacauan sebelum visual kelegaan untuk membangun alur cerita yang emosional. Selain urutan visual, elemen teks *overlay* (tipografi) memainkan peran vital sebagai narator

utama dan elemen desain untuk mengakomodasi perilaku audiens yang kerap menonton tanpa suara, memastikan cerita dapat dipahami sepenuhnya secara visual. Kreativitas bercerita ini tetap dibatasi oleh pagar etika jurnalistik yang tegas, di mana editor diperbolehkan memperkuat *framing* atau sudut pandang humanis untuk mendramatisasi kemasan, namun dilarang keras memanipulasi fakta dasar kejadian.

3.3. Rhythm

Ritme adalah denyut jantung video yang bersifat dinamis, naik turun mengikuti mood cerita. Ritme yang baik adalah yang pas, tahu kapan harus cepat untuk membangun *excitement* dan kapan harus melambat untuk memberi jeda emosional, disesuaikan dengan *mood* cerita. Musik berfungsi sebagai konduktor atau peta yang mendikte ritme. Berbeda dengan editing berita konvensional, sebagian besar proses kreatif di @pojok_bogor dimulai dengan mencari musik terlebih dahulu. Editor kemudian meletakkan musik di *timeline* dan menandai ketukan (*beats*)-nya sebagai patokan untuk memotong gambar. Proses menyinkronkan potongan gambar dengan ketukan musik (*beat-sync*) merupakan teknik yang dianggap wajib dan menjadi bagian dari checklist *quality control*. Teknik ini dinilai penting karena memberikan kepuasan psikologis kepada penonton dan membuat hasil editan terasa rapi dan profesional, bukan amatir.



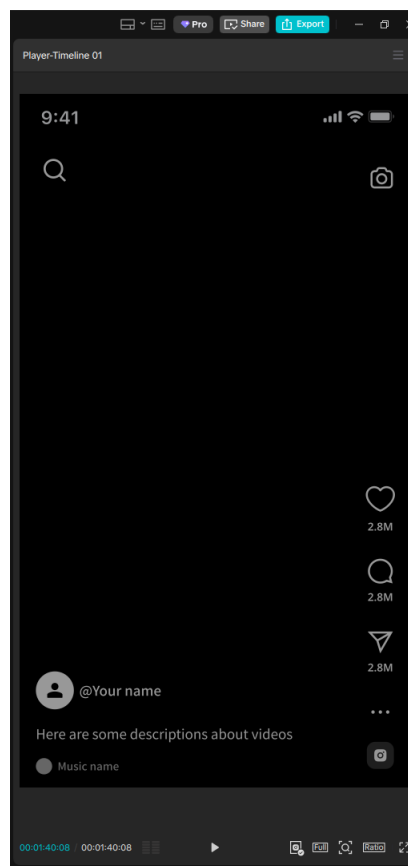
Gambar 2. *Timeline Ritme Editing*

Ritme cepat berfungsi untuk *retention*, menjaga penonton agar tidak skip di tiga detik pertama, namun emosilah yang menentukan viralitas, seperti mendorong audiens untuk membagikan (*share*) konten. Ritme yang dinamis naik turun dianggap lebih efektif mempertahankan atensi daripada ritme yang cepat dan datar. Ritme tidak hanya soal kecepatan, tetapi juga soal jeda. Jeda seperti *slow motion* atau *black screen* berteks dianggap sebagai tanda koma dalam cerita. Jeda ini tidak dianggap kosong sehingga berisiko di-*skip*, melainkan terisi dengan emosi atau teks naratif. Jeda berfungsi memberi

waktu bagi audiens untuk bernapas dan meresapi emosi, seperti pada shot *slow motion* jalanan kosong di konten Parungpanjang yang justru menjadi klimaksnya.

3.4. Eye-trace

Elemen *eye-trace* berfokus pada teknik mengarahkan pandangan audiens. Dalam konteks layar ponsel yang kecil dan padat, *eye-trace* tidak dapat diasumsikan, melainkan harus disutradarai secara sadar melalui keputusan tipografi dan tata letak visual. Wawancara mengungkap bahwa *eye-trace* adalah upaya sadar untuk mengontrol focal point agar mata audiens tidak liar dan pesan utama sepenuhnya tersampaikan. Tantangan teknis utama dalam mengarahkan *eye-trace* adalah keberadaan interface Instagram itu sendiri. Wawancara mengonfirmasi adanya zona buta, yaitu area layar yang tertutup tombol *Like*, *Comment*, dan *Caption*. Temuan ini menjadi salah satu kontribusi penting artikel pada ranah DKV terdapat aturan ketat dan template zona aman yang mewajibkan editor menempatkan semua teks penting di tengah layar (*safe zone*) agar tidak tertutup elemen *interface* dan tetap terbaca penuh.



Gambar 3. Zona Buta pada TikTok/Instagram Reels

Desain teks dan tata letak visual dalam Reels dengan demikian secara langsung memengaruhi keterbacaan pesan berita, terutama bagi audiens yang menonton dalam mode *silent-viewing* (tanpa suara). Teknik *eye-trace* menjadi krusial saat bekerja dengan

footage yang tidak sempurna. Jika *footage* terlalu *chaotic*, strategi editor adalah mempersempit *frame*, misalnya melalui *crop* atau *zoom* digital, atau memilih satu subjek sebagai fokus utama dan mengabaikan elemen lain di sekitarnya. Sebaliknya, jika *footage* datar dan cenderung membosankan namun mengandung momen penting, editor akan menegaskan momen tersebut menggunakan *punch in*, *slow motion*, atau *instant replay*. Jika visual sangat kuat, misalnya video kecelakaan, namun informasi penting berada pada teks, seperti keterangan bahwa korban selamat, maka teks harus menang secara hierarki visual. Editor akan secara sengaja mengganggu visual, seperti meredupkan video atau memberi latar (*background*) solid pada teks, untuk mengorbankan kejernihan visual demi keterbacaan pesan.

3.5 Screen Direction

Screen direction (arah layar) berkaitan dengan konsistensi visual, arah gerak, dan framing. Wawancara mengungkapkan bahwa *screen direction* tidak dipahami sebagai aturan teknis yang kaku (seperti axis 180 derajat), melainkan sebagai upaya menjaga kenyamanan mata audiens dan membangun citra profesionalisme. Tujuannya adalah untuk menghindari editan yang terasa pusing atau patah. Tantangan terbesar dalam menjaga *screen direction* adalah penggunaan *footage* amatir yang sangat beragam. Sesuai dengan hierarki Murch, temuan wawancara secara konsisten menunjukkan bahwa *screen direction* akan selalu dikorbankan demi *emotion* dan *story*. Editor tidak akan membuang *shot* emosional hanya karena kontinuitas visualnya patah. Untuk menghaluskan atau mengakali *screen direction* yang patah, teknik yang diwajibkan dalam SOP adalah menjembatani dua *shot* yang bertabrakan menggunakan *cutaway* (*b-roll*, sisipan teks). *Cutaway* ini berfungsi sebagai jembatan untuk mereset mata penonton.

Aturan *screen direction* yang paling kaku dan mutlak justru bukan pada arah gerak, melainkan pada konsistensi *font*. *Font* dianggap sebagai wajah brand dan bagian dari *brand identity* yang tidak boleh dilanggar. Konsistensi ini dijaga ketat melalui penggunaan template MOGRT (*Motion Graphics Template*). Sebaliknya, *screen direction* dapat sengaja dilanggar untuk tujuan bercerita (*storytelling*). Pada konten Parungpanjang, inkonsistensi visual antara *shot* sebelum (goyang, kusam, *framing* sesak) dan *shot* sesudah (stabil, cerah, *framing* lega) adalah disengaja. Dalam kasus ini, inkonsistensi justru menjadi alat cerita itu sendiri, sekaligus menegaskan bahwa hierarki visual pada akun ini melayani *story* terlebih dahulu, baru kemudian kerapian teknis.

3.6. Three Dimensional Space

Three-Dimensional Space (Ruang Tiga Dimensi). Dalam konteks video berita @pojok_bogor, ini tidak dipahami sebagai grafis 3D, melainkan sebagai upaya membangun konteks dan skala geografis. Tujuannya adalah agar audiens merasakan skala kejadian (misal: seberapa parah banjir atau seberapa panjang macet) sehingga cerita terasa nyata dan membumi. Tim menggunakan dua teknik utama. Pertama, menggunakan tolok ukur manusiawi (*human benchmark*) yang mudah dipahami audiens misalkan banjir

sepinggang orang dewasa. Kedua, secara teknis mewajibkan adanya kombinasi *shot* yang memadukan *wide shot* untuk menunjukkan skala lokasi dengan *close-up* untuk menunjukkan dampak emosional.

Persepsi ruang ini dimainkan secara sengaja. Tim secara sadar memanipulasi rasa lapang dan sempit. *Briefing* editor secara eksplisit diarahkan untuk menunjukkan kontras ruang. *Shot* sebelum menggunakan *framing* yang sesak (*claustrophobic*) dan penuh oleh truk, sementara *shot* sesudah menggunakan *wide shot* yang lega untuk menunjukkan kekosongan jalan. *Drone footage* dianggap sebagai alat strategis dan pengubah permainan karena kemampuannya memberikan skala dan konteks geografis secara instan. Selain visual, *sound design* seperti *ambience* atau SFX suara burung berkicau juga didorong penggunaannya untuk menciptakan *soundscape* yang imersif dan memperkuat persepsi ruang.

Pembuatan video dengan durasi yang singkat ini kita harus menjaga keseimbangan antara menunjukkan ruang *wide shot* dan emosi *close-up* dijaga dengan ritme berdenyut (misal: 1 detik *wide*, 2 detik *close-up*). *Briefing* teknisnya adalah jangan kelamaan di *wide shot*, dengan alokasi porsi sekitar 20% ruang, 80% cerita/emosi. Seperti yang ada pada teori *The Rule of Six*, kami juga setuju bahwa *Space* adalah prioritas terakhir. Kontinuitas ruang adalah kemewahan, bukan kebutuhan utama. Elemen ini adalah yang pertama kali dikorbankan jika berkonflik dengan *Emotion* atau *Story*, atau saat terdesak *deadline*.

4. KESIMPULAN

Penerapan teknik editing kreatif pada konten berita viral Parungpanjang di akun Instagram @pojok_bogor secara empiris memvalidasi hierarki *The Rule of Six* karya Walter Murch. Tim penyunting secara konsisten menempatkan *Emotion* dan *Story* sebagai prioritas operasional tertinggi, dengan memanfaatkan *Rhythm (beat-sync)* dan *Eye-Trace* (pengaturan *safe zone* tipografi) sebagai instrumen eksekusi utama. Sebaliknya, aspek kontinuitas teknis seperti *Screen Direction* dan *Three-Dimensional Space* secara sadar dikorbankan demi mempertahankan dampak emosional serta mengatasi keterbatasan materi *User Generated Content* (UGC) di bawah tekanan tenggat waktu redaksi. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan teoritis dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dan jurnalisme digital berbasis video pendek.

Keputusan editing tidak sekadar dipahami sebagai proses pemotongan gambar teknis, melainkan sebagai strategi visual holistik yang mengintegrasikan tipografi *overlay*, kontras warna (*color grading*), hierarki visual, dan tata letak zona aman *interface* guna memastikan keterbacaan pesan pada perilaku audiens yang menonton tanpa suara (*silent-viewing*). Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus studi kasus kualitatif tunggal pada satu media lokal. Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk memperluas kajian secara komparatif pada beberapa akun media digital, serta mengombinasikannya dengan metode kuantitatif (analisis metrik *reach*, *watch time*, dan rasio *share*) atau analisis multimodal untuk menguji hubungan kausal antara penerapan *The Rule of Six* dan performa aktual algoritma platform.

5. SARAN

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas *footage*. Disarankan agar tim lapangan lebih proaktif mengambil *footage* kunci (*sinematik/establishing shot*) untuk isu viral. Hal ini akan mengurangi ketergantungan pada *footage* UGC yang “mentah” (goyang/buram) dan secara signifikan mempercepat waktu editing, khususnya pada proses *stabilizing* dan *color correction*.
2. Standardisasi *briefing* teknis. Disarankan untuk membuat template *briefing* standar dari redaksi ke editor. *Template* ini sebaiknya langsung mencakup arahan “Target Rasa” (Emosi), *pointer* alur Story, dan template *font* yang wajib dipakai, guna mempercepat proses pemadatan naskah menjadi struktur visual
3. Menjaga konsistensi identitas akun. Konsistensi identitas akun Instagram @pojok_bogor perlu dijaga, baik dari segi editing audio visual maupun komunikasi, agar citra tetap melekat di benak audiens.
4. Perluasan objek penelitian secara komparatif. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan strategi editing beberapa akun media lokal lain yang juga memproduksi konten berita berbasis *Reels*, untuk melihat apakah pola prioritas *The Rule of Six* bersifat umum atau spesifik pada @pojok_bogor.
5. Pengukuran dampak secara kuantitatif. Penelitian berikutnya dapat mengukur keterlibatan (*engagement*) audiens secara kuantitatif, misalnya melalui analisis metrik *reach*, *watch time*, dan *rasio share*, untuk menguji hubungan antara penerapan *The Rule of Six* dan performa aktual konten.
6. Perluasan pada relasi desain, algoritma, dan perilaku audiens. Analisis lanjutan dapat diperluas pada hubungan antara desain visual, algoritma platform, dan perilaku audiens, termasuk menambahkan analisis semiotika atau multimodal untuk memperdalam pembacaan aspek visual konten berita berbasis *Reels*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing 1, Dr. David Rizar Nugroho, M.Si., dan dosen pembimbing 2, Dr. Ika Yuliasari, M.Si., atas arahan dan dukungan selama proses penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada mitra dan semua pihak atas dukungan dan saran yang sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bayer, J. B., Trieu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology*, 71, 471–497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Firmansyah, F., & Maulina, N. (2022). Adaptasi Jurnalisme di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan Instagram oleh Media Berita Online di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 45–58. <https://doi.org/10.33170/jkn.v4i1.782>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2020). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). Routledge.
- Mármol, M. (2019). Rhetoric and film editing: The montage as a persuasive tool. *Humanities and Social Sciences Communications*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0246-1>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Rev. ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Murch, W. (2001). *In the blink of an eye: A perspective on film editing* (2nd ed.). Silman-James Press.
- Putra, D. G., & Wulandari, A. (2020). Strategi Konten Visual untuk Meningkatkan Engagement di Media Sosial Instagram. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 112–125. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2506>
- Sari, D. P., & Haryanto, J. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran di Instagram terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 77–92.
- Terreran, M., & Bertolotti, M. (2021). The role of perceived visual complexity and design on the appreciation of Instagram posts. *Frontiers in Psychology*, 12, 698223. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.698223>
- Wang, Y. (2020). The effects of pacing in video editing on viewer engagement. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(3), 438–457.
- Yuliasari, I., & Ayuna, N. E. (2023). Pengaruh Kompetensi Komunikasi dan Kompetensi Profesional terhadap Mutu Pembelajaran Berbasis Teknologi Komunikasi Digital (Studi Kasus Sekolah Putra Pertiwi). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1897–1906. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1457>
- Zulli, D. (2018). Capitalizing on the look: Insights into the glance, attention economy, and Instagram. *Critical Studies in Media Communication*, 35(2), 137–150. <https://doi.org/10.1080/15295036.2017.1394582>