



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebuah perusahaan tentunya dituntut untuk dapat membangun citra yang baik untuk dapat menarik simpati klien ataupun calon rekan bisnis. Dalam buku Wahana Komputer (2008) Kunci keberhasilan sebuah perusahaan adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat memperkenalkan perusahaan tersebut kepada calon klien atau rekan bisnis. Sebuah perusahaan membutuhkan sebuah media yang dapat membantu membangun citra yang diinginkan atau juga dapat mempromosikan perusahaan tersebut ke masyarakat luas. Media tersebut dapat berupa sebuah *corporate video*. Dimana *corporate video* ini dapat membantu perusahaan dalam membangun identitas atau citra yang baik (hlm. 8-9).

Corporate video merupakan hasil perkembangan dari sebuah industri film, yang kemudian terus berkembang menjadi media digital baru yang sering disebut sebagai multimedia (Dizzazo, 2013, hlm. 4). Cecil (2012) menambahkan *corporate video* memiliki tujuan secara general yang merepresentasikan sebuah perusahaan tersebut. sebuah perusahaan sebaiknya memastikan dengan cermat, *corporate video* apa yang di butuhkan. Pada umumnya sebuah *corporate video* menggantikan peran fungsi laporan, brosur, peraturan ataupun sistem informasi yang berbasis tulisan atau teks (hlm. 47).

Pada kesempatan ini penulis bersama tim akan membuat sebuah *corporate video* untuk perusahaan Best Fitness. Best Fitness merupakan sebuah perusahaan

yang bergerak di bidang kebugaran tubuh yang di dirikan pada tahun 2013 di Jakarta. Saat ini Best Fitness memiliki 4 cabang, salah satunya berada di kota Medan, Sumatra Utara. Pihak Best Fitness dan tim bersepakat untuk membuat sebuah *corporate video* yang bertujuan mempromosikan Best Fitness melalui sebuah *corporate video* dengan panjang durasi antara 90 detik hingga 120 detik. *Corporate video* promosi ini akan menggunakan konsep *manifesto*, *video* yang menjelaskan tentang *experiance* yang dirasakan oleh *customer* dari Best Fitness tersebut. menurut Henry (2015) *Manifesto* merupakan suatu konsep yang dapat digunakan untuk mendorong masyarakat sekitar untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau dalam kata lain dapat menginspirasi masyarakat tersebut (hlm. 75)

Pada pembuatan *corporate video* perusahaan Best Fitness, penulis akan berperan sebagai *Director of Photography*, dimana menurut Brown (2012) *Director of Photography* adalah seseorang yang berperan sebagai perancang, penerjemah sebuah ide, kata-kata, tindakan secara subteks emosional, nada ataupun sebuah bentuk komunikasi non-verbal lainnya kedalam sebuah visual di dalam sebuah *framing video* (hlm. 2). Sweetow (2011) menambahkan pada umumnya *video corporate* hanya mementingkan isi pesan yang ingin di tampilkan tanpa memperhatikan estetika dalam sebuah *video*, peran seorang *Director of Photography* sangat dibutuhkan untuk dapat menjaga estetika sebuah *video corporate* tersebut (hlm. 173).

Dalam laporan ini penulis ingin membahas tentang peran *Director of Photography* dalam visual *script* untuk mencapai *scene objective* pada pembuatan *corporate video* Best Fitness,

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Peran *Director of Photography* dalam visualisasi *Script* untuk mencapai *scene* objektif pada pembuatan *corporate video* Best Fitness?

1.3 Batasan Masalah

Agar topik bahasan tidak menyimpang maka penulis menetapkan batasan-batasan masalah yaitu penggunaan teori *composition camera*, *movement camera*, teknik *Handheld* serta *lighting set up* dalam visualisasi *script* untuk mencapai *scene* objektif dalam *scene 3*, *scene 4*, *scene 6*, dan *scene 7* pada pembuatan *corporate video* Best Fitness.

1.4 Tujuan Skripsi

Tujuan dalam penulisan skripsi ini, Penulis dapat memahami dan mengerti lebih lanjut mengenai peran *Director of Photography* dalam memvisualisasikan *script* untuk mencapai *scene* objektif pada pembuatan *Corporate video* Best Fitness.

1.5 Manfaat Skripsi

Manfaat yang diberikan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis lebih sadar akan pentingnya pemahaman terhadap peranan *Director of Photography* dengan mempelajari teori-teori yang berguna untuk menambah pengetahuan mengenai peranan *Director of Photography* dalam proses pembuatan *corporate video* sebuah perusahaan.

2. Dengan ditulisnya topik mengenai peranan *Director of Photography* dalam pembuatan *Corporate video* untuk memvisualisasikan konsep ilusi untuk mencapai *scene* objektif dalam proses pembuatan *Corporate video* Best Fitness berharap laporan ini dapat meningkatkan kepedulian seorang *Director of Photography* dan para pembaca dalam memahami peranan *Director of Photography*, serta memberikan pengetahuan-pengetahuan yang baru bagi para pembaca, terutama bagi pembaca yang tertari di bidang *Director of Photography*.
3. Dengan ditulisnya laporan ini, penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat dan berguna bagi mahasiswa/I sebagai penambahan wawasan serta ilmu bagi seluruh civitas akademika Universitas yang tertarik dalam bidang ini dan dapat berguna sebagai referensi oleh perpustakaan Universitas.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA