



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

Dalam penulisan skripsi penciptaan penulis menggunakan sumber teori yang berkaitan dengan peranan *director of photography* dalam membuat konsep visual dengan *budget* rendah di iklan pegipegi. Menurut Grove (2004), *Director of photography (DoP)* seseorang yang bertanggung jawab atas visual yang diinginkan seorang sutradara namun *DoP* juga memiliki hak akan memberikan ide-ide kreatif berdasarkan interpretasi *DoP* atas visual tersebut (Hlm.95). namun *DoP* juga harus mencari solusi jika *DoP* mendapatkan *budget* terbatas dalam proses produksi. Dalam sebuah *team production* pembuatan iklan selain *Director of photography* menurut Hart (2005) terdapat *excutive producer/account executive, director/creative director, dan copywriter*.

Pada tahun 2000an perusahaan *e-commerce* di Indonesia mulai berkembang di karenakan kepraktisan dan kemudahannya serta memiliki peluang yang baik bagi perusahaan yang menjalankan bisnis *e-commerce*. Pegi-pegicom merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* berupa jasa biro perjalanan yang di mulai pada tahun 2012.

Karena bisnis *e-commerce* terutama di bidang jasa biro perjalanan saat ini sangat pesat maka terjadi banyak persaingan antara perusahaan. Promosi merupakan interaksi dari pihak penjual untuk membangaun berbagai saluran informasi dan persuasi dalam menjual barang dan jasa atau memperkenalkan

sebuah gagasan (Michael L. Ray,2010). Pada jaman ini promosi barang dan jasa sangat diminati oleh perusahaan salah satunya menggunakan media iklan.

Iklan merupakan media komunikasi yang nonpersonal tentang sebuah organisasi, produk, servis atau ide yang biayai oleh satu sponsor yang diketahui (Ralph S. Alexander, 2010). Iklan yang dipakai sesuai dengan kemajuan teknologi yaitu iklan yang memiliki *audio* dan visual karena iklan tersebut mampu mempresentasikan organisasi, barang dan jasa dengan menarik agar masyarakat mudah untuk mengerti dengan cepat.

Maka dari itu dibutuhkan seorang *director of photography* untuk menciptakan sebuah visual dari sebuah *script* yang bekerjasama dengan *Account Executive*, *Creative Director* dan *Copywriter*. Sehingga pegi-pegicom dapat mempromosikan produk atau jasa dari video yang telah dibuat.

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah skripsi penciptaan ini terdapat dari tahapan perancangan visual dengan *budget* rendah yang di batasi dari pemaksimalan penggunaan ruang serta *available light* lokasi *shooting* dan lampu yang di buat sendiri.

1.3. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas rumusan masalah yang terdapat di skripsi penciptaan : Bagaimana peran *director of photography* dalam mengkonsep visual dengan *budget* rendah di iklan pegipegi ?

1.4. Manfaat Skripsi

Manfaat dari penulisan skripsi ini bagi penulis adalah sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menjadi sarjana seni (S.Sn.). Selain itu, manfaat lain dari penulisan skripsi ini adalah untuk melatih penulis bagaimana peranan *director of photography* sebuah iklan. Manfaat lain bagi pembacanya adalah pembaca dapat lebih memahami dan memperhatikan peranan *director of photography* dalam sebuah iklan untuk membangun emosi, dramatis dan dinamis kepada penonton. Memahaminya dari sisi teknik lampu. Juga mempengaruhi emosi dan memberikan rasa dinamis kepada penontonnya. Bagi universitas, skripsi ini juga dapat dijadikan sebagai referensi pustaka untuk mahasiswa film selanjutnya dan bisa dijadikan sebagai referensi peranan *director of photography* dalam pembuatan iklan.

