



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

Video promosi merupakan sebuah cara dalam memasarkan dan memperkenalkan suatu produk dan jasa. Dalam pembuatannya, video promosi terdapat beberapa metode, salah satunya dengan metode film naratif. film naratif mampu membuat dan memberi kesan terhadap penonton.

film naratif merupakan perancangan gambar realitas cerita yang benar terjadi dan dianggap nyata. Dalam pembuatan film naratif terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan seperti tahap pra produksi, produksi, dan paska produksi. Setiap tahapan harus dipersiapkan secara matang supaya memperoleh cerita yang dapat diterima oleh masyarakat. Dalam pembuatannya, film naratif melibatkan beberapa pihak yang bertanggung jawab dan professional. Supaya film naratif menjadi sesuatu yang berhasil, dibutuhkan kesamaan visi di tiap pihaknya. Menurut Brown (2012), dalam film harus memiliki departemen yang lengkap dan kompeten seperti departemen kamera, penyutradaraan, artistik dan suara. Karena pihak-pihak tersebut dituntut untuk mengubah persepsi penonton tentang apa yang terjadi di layar dan di kehidupan nyata.

Departemen kamera dikepalai oleh *DP* dan beranggotakan *Assistant Director of Photography*, dan *Best Boy*. Tugas departemen penata kamera meliputi sudut kamera, jenis *shot*, dan pergerakan kamera. Dalam penerapannya, *director of photography* tidak meluluh berbicara mengenai teknis dan perancangan gambar. *Director of photography*

mempunyai konsep sendiri mengenai visualisasi gambar terhadap naratif. *Director of photography* menerapkan visinya bersama sutradara tentang bagaimana menentukan *angle*, *camera movement* dan *type of shot*.

Pada film naratif, sering sekali terdapat kesalahan-kesalahan dalam pengambilan *shot*. Hal tersebut dikarenakan kurangnya persiapan dan kematangan dalam proses pra produksinya. Penentuan tipe *shot* dan pergerakan kamera yang tidak terkonsep dapat memberikan arti yang berbeda dari penonton. Hal itu mendorong penulis untuk membahas tentang bagaimana membuat konsep dalam *shot* yang diterapkan pada *project* video iklan Tafso Barn yang berjudul "Apa Arti Kebahagiaan Menurut Dina? (Edisi Ramadhan)" penulis menggunakan teori dalam sinematografi sebagai landasan terhadap video promosi tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana *director of photography* memvisualisasikan intensitas kedekatan karakter melalui Komposisi dan Pergerakan Kamera pada video iklan Tafso Barn?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan dibatasi dalam video ini pada *two shot* dan pergerakan kamera *dolly in* di *scene 2*, *scene 4*, *scene 6*, *scene 12* dan *scene 17*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Menggambarkan peran *Director of Photography* dalam pembuatan video promosi yang memperkenalkan tempat-tempat di Tafso Barn, sebuah restoran dengan tema kekeluargaan dan nuansa pegunungan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Penulis dapat menambah wawasan di bidang *cinematography* dan menentukan teori yang dibutuhkan dalam video promosi yang berjudul “Apa Arti Kebahagiaan Menurut Dina? (Edisi Ramadhan)”. Penulis menguji apakah teori tersebut akan sangat berguna untuk video promosi tersebut atau tidak.
2. Bagi mereka yang membaca, akan mendapatkan informasi tentang bagaimana penulis menentukan teori yang dipakai dalam video promosi “Apa Arti Kebahagiaan Menurut Dina? Edisi Ramadhan” dan Bagaimana teori tersebut dipergunakan dengan maksimal, serta pemahaman atas sisi sinematografi yang sudah dirangkum penulis.
3. Menambah koleksi perpustakaan yang mungkin akan berguna untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara khususnya Peminatan *Digital Cinematography*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A