



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

Persaingan beragam industri di era modern kini semakin ketat, perusahaan-perusahaan berlomba-lomba mempromosikan produk atau jasa yang mereka sediakan melalui berbagai macam cara, salah satunya adalah melalui promosi iklan. Promosi adalah suatu upaya dari sebuah produsen atau perusahaan untuk menyajikan informasi seputar produk atau jasa, dan upaya untuk meyakinkan atau memberi harapan kepada konsumen untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa tersebut (Morissan, 2010, hlm. 16). Dengan menggunakan iklan, sebuah promosi dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Menurut Einstein (2017) sebuah iklan harus bisa menyajikan suatu hiburan agar dapat menarik perhatian, dan juga informasi yang jelas akan suatu produk atau jasa yang dapat berguna untuk konsumen (hlm. 21). Format *audio-visual* mampu menyajikan suatu hiburan dan informasi yang lebih mudah dipahami oleh semua kalangan karena menggunakan gambar gerak dan juga didukung dengan suara yang bisa terdiri dari narasi ataupun musik (Lavuri, 2018, hlm. 6). Hal ini membuat sebuah perusahaan bisa mendiskripsikan perusahaan atau produknya dengan sangat jelas dan detail.

Tidak dapat dihindari bahwa perkembangan teknologi kini semakin pesat, masyarakat tak lagi selalu harus belanja langsung ke toko demi mendapatkan kebutuhan hariannya. Dengan munculnya perdagangan elektronik, masyarakat

dapat lebih mudah melaksanakan proses jual dan beli. Hal ini juga berdampak pada persaingan jasa pengiriman.

TKD Express merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, yang di miliki oleh PT. Trans Kurir Domestik. TKD Express merupakan perusahaan yang terbilang baru karena baru berjalan kurang lebih tiga tahun. Oleh karena itu, Bapak Lukas Medi Mulyadi Soenaryo selaku Direktur Marketing TKD Express, memiliki keinginan untuk mempromosikan TKD Express agar dapat dikenal oleh banyak kalangan masyarakat sebagai jasa pengiriman yang modern dan ramah. Keinginan lain dari TKD Express yaitu dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa TKD Express.

Berdasarkan permasalahan persaingan promosi di bidang jasa pengiriman, penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dan menulis laporannya dengan tema judul “Peran Sutradara Dalam Perancangan Koreografi Untuk Memvisualisasikan Konsep *Happiness* Pada Video Iklan Musikal TKD Express”. Penulis akan menjelaskan bagaimana peranan seorang sutradara dalam membuat sebuah video promosi iklan dengan format musikal, dan juga perancangan koreografi dalam memvisualisasikan konsep *happiness* dalam video iklan musikal. Laporan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam pembuatan sebuah iklan *audio-visual* yang tepat, dan hasilnya tentu sesuai dengan keinginan perusahaan TKD Express.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis adalah: Bagaimana peran sutradara dalam perancangan koreografi untuk memvisualisasikan konsep *happiness*?

1.3. Batasan Masalah

Penulis akan membatasi masalah pada penelitian ini dengan cara sebagai berikut:

1. Perancangan koreografi akan difokuskan pada *scene* 3,4, dan 6.
2. Perancangan koreografi dari *staging* dan *musical number*.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari tugas akhir ini adalah penulis merancang koreografi untuk memvisualisasikan konsep *happiness* pada video iklan musikal TKD Express.

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat penulisan skripsi penciptaan ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dapat membangun visual yang diinginkan seorang sutradara melalui teori dan pengalaman yang pernah didapat semasa proses perkuliahan, dan menambah wawasan bagi penulis.
2. Bagi pembaca, penulis berharap dengan adanya penulisan skripsi penciptaan ini dapat menambah wawasan dan memberikan informasi-informasi pada para pembaca khususnya untuk sutradara lain yang ingin membuat sebuah video iklan terutama dengan format musikal.

3. Bagi universitas, penulis harapkan dapat membantu Universitas Multimedia Nusantara dalam memberikan informasi mengenai bagaimana memvisualisasikan sebuah video iklan dengan format musikal.

