BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era teknologi, berdagang bisa melalui *platform online* dan tidak perlu memiliki toko fisik di mal ataupun ruko. Kemudahan ini melahirkan banyak perusahaan baru dari berbagai departemen, salah satunya adalah kosmetik. Selain memanfaatkan *platform online* untuk berdagang, perusahaan kosmetik juga memanfaatkan fitur foto dan video untuk mempromosikan produk yang dijual.

Menurut Percy (2012), iklan merupakan alat untuk menyampaikan informasi positif dan menimbulkan rasa ingin tahu calon konsumen terhadap produk (hlm. 4). Iklan memiliki bentuk cetak, audio maupun video. Iklan dalam bentuk video sedang digemari oleh perusahaan yang berbasis *platform online*, salah satunya "Tiny Me Up!". "Tiny Me Up!" merupakan perusahaan kosmetik yang memanfaatkan *Instagram* untuk berdagang dan beriklan.

Perusahaan "Tiny Me Up!" muncul pada 2017 dengan konsep mengemas ulang produk terkenal ke kemasan lebih kecil. "Tiny Me Up!" memiliki *tagline*: "*find it, try it, own it*." *Tagline* ini menggambarkan bagaimana para konsumen diajak untuk mencari produk dari berbagai *brand make up* hingga menemukan yang cocok. "Tiny Me Up!" menginginkan iklan dalam bentuk naratif yang menggambarkan 3 karakter dengan latar belakang berbeda tapi sama-sama menggunakan produk "Tiny Me Up!".

Penulis sebagai *production designer* bekerja bersama *producer, director* dan *director of photography* dalam pembuatan video korporat untuk “Tiny Me Up!”. Penulis sebagai *production designer* bekerja dalam menyusun dan merealisasikan konsep artistik untuk memvisualisasikan naskah dan visi *director* di video korporat “Tiny Me Up!”.

Production designer merancang konsep artistik dalam bentuk set dan properti untuk ketiga karakter dengan latar belakang berbeda tapi sama-sama menggunakan produk “Tiny Me Up!”. Maka, penulis mengangkat “Peranan *Production Designer* dalam menginterpretasikan konsep aktif melalui set dan properti di video korporat “Tiny Me Up!”.”

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peranan *production designer* dalam menginterpretasikan konsep aktif melalui set dan properti di video korporat “Tiny Me Up!”?

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan skripsi penciptaan ini akan dibatasi pada interpretasi konsep aktif melalui set dan properti yang diakomodasikan dengan tata warna dan benda produktif.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari Tugas Akhir sang penulis sebagai *production designer* adalah memahami peranannya dalam dalam menginterpretasikan konsep aktif melalui set dan properti di video korporat “Tiny Me Up!”.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Penulisan Tugas Akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dapat memahami proses pembuatan video korporat, terutama peranan *production designer.*

2. Bagi orang lain, dapat mengetahui tugas seorang *production designer* dalam proses pembuatan video korporat.

3. Bagi Universitas, Laporan Tugas Akhir yang telah dibuat dapat diletakkan di perpustakaan dan sekiranya dapat membantu mahasiswa lain dalam membuat Laporan Tugas Akhir.