



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

*Corporate video* merupakan media yang digunakan sebagai alat komunikasi bagi sebuah perusahaan, yang dirancang dengan baik untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi secara efektif kepada khalayak yang dituju. Tujuan utama dari media tersebut adalah memperkenalkan kepada publik informasi tentang *company* tersebut. Keuntungan utama *company profile* adalah kemampuan dalam membangun citra yang baik yaitu dengan memiliki jangkauan atau cakupan yang mana juga menampilkan suara dan gambar dengan animasi. Sehingga hasil akhirnya akan menjadi maksimal dan dapat memudahkan orang untuk mengingat.

Menurut Kriyantono (2008), *company profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan (hlm. 4). Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. *Company profile* juga mampu menyampaikan pesan kepada pembeli dengan perpaduan elemen visual dan audio. Sweetow (2011) mengatakan bahwa *company profile* mampu menyajikan informasi yang akan membantu *customer* untuk mengenal perusahaan tersebut dengan jasa yang ditawarkannya.

Untuk memproduksi sebuah video *company profile*, Prastari (2011) mengatakan bahwa dibutuhkan tim kreatif yang terdiri dari *creative director (CD)* yang bertanggung jawab dalam membuat konsep keseluruhan dari iklan, *copywriter*

(*CW*) yang bertanggung jawab dalam menerjemahkan konsep (*CD*) dalam naskah dan *art director* (*AD*) bertanggung jawab untuk menguatkan dan menerjemahkan konsep (*CD*) dalam bentuk visual (hlm. 2). Berdasarkan hal tersebut penulis memilih judul “Penciptaan Tata Visual Pada Video *Company Profile* Program Studi Perhotelan Universitas Multimedia Nusantara”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana penciptaan tata visual pada video *company profile* program studi Perhotelan Universitas Multimedia Nusantara?

### **1.3. Batasan Masalah**

Penulis akan membatasi masalah pada penciptaan tata visual melalui *creative brief* terkait pada pergerakan kamera, *angle* kamera pada *scene receptionist*, *scene bar* dan *scene* kelas.

### **1.4. Tujuan Skripsi**

Untuk memahami penciptaan tata visual dalam mengerjakan sebuah *project*, bagaimana penulis bisa memanfaatkan sumber untuk mengolah sebuah *script* menjadi sebuah bentuk visual yang sesuai dengan konsep *creative brief*.

### **1.5. Manfaat Skripsi**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat diketahui beberapa manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat bagi penulis yaitu untuk mendapatkan pengetahuan lebih dalam mengenai perancangan tata visual dalam pembuatan video *company profile* program studi Perhotelan Universitas Multimedia Nusantara,

2. Manfaat bagi pembaca, agar penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang proses penciptaan video *company profile* program studi Perhotelan Universitas Multimedia Nusantara,
3. Manfaat bagi Universitas untuk menambah koleksi buku di perpustakaan yang dapat membantu angkatan selanjutnya.