



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

Sebuah media komunikasi yang menampilkan bentuk visual berupa gambar dan suara yang disebut sebagai film kini tidak hanya sebatas tayang di layar lebar saja. Seiring perkembangan zaman, film memiliki banyak manfaat berdasarkan jenisnya. Ada beberapa jenis film, seperti fiksi, berita, dokumenter, eksperimental, *music video* dan iklan.

Iklan merupakan sebuah media audiovisual yang digunakan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan memberikan dampak kepada masyarakat terkait produk barang atau jasa. Tujuan pembuatan iklan adalah untuk menarik minat konsumen agar muncul keinginan dan termotivasi ingin membeli suatu produk atau menyewa jasa tertentu. Putranto (2019, hlm. 86) menjelaskan bahwa tanpa adanya usaha promosi melalui iklan, maka perusahaan tidak akan dapat secara maksimal memperkenalkan publik terkait barang dan jasanya. Media iklan sendiri juga memiliki berbagai jenis, salah satunya adalah iklan dalam bentuk media video yang sering dijumpai di televisi, *billboard*, dan *internet*. Meskipun banyak cara untuk mengiklankan suatu produk, tujuan utamanya tetaplah sama, yaitu menyampaikan sebuah pesan. Iklan akan cenderung lebih mudah dipahami bahwa mengandung dua unsur utama, yaitu visual (gambar) dan suara (audio). Adanya kombinasi unsur ini maka akan memudahkan konsumen untuk memahami tujuan dari iklan tersebut.

Dalam iklan, gambar dan suara memang hal yang penting untuk diperhatikan dalam keberhasilan promosi suatu produk. Namun, satu hal yang juga tidak boleh dilupakan adalah warna karena penggunaan warna dapat menyampaikan sebuah pesan terkait visi dan misi produk. Jika berbicara tentang warna, ada istilah yang dinamakan sebagai *color grading*, sebuah tahap dimana *footage* akan mengalami perbaikan dan pengolahan warna agar dapat sesuai dengan visual yang ingin disampaikan.

Iklan Es Ragusa Italia tidak sebagai media promosi barang yang baru ingin diperkenalkan, melainkan akan dikemas sebagai iklan yang membawa kembali suasana nostalgia kepada penikmatnya. Dalam video iklan ini, penulis memiliki posisi sebagai *editor* yang dimana penulis harus menyusun hasil rekaman menjadi sebuah iklan yang dapat memberikan konsep nostalgia pada Es Ragusa Italia, sebagai restoran es krim tertua di Jakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana teknik *color grading* dapat merealisasikan konsep nostalgia pada video iklan Restoran Es Ragusa Italia?

1.3. Batasan masalah

Penulis membatasi penelitian ini dengan hanya berfokus dengan *scene* dua, yang berisi suasana interior Restoran Es Ragusa Italia, dan *product shot*, yang akan dilakukan *color grading*.

1.4. Tujuan Skripsi

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Penulis dapat merancang dan merealisasikan konsep nostalgia pada video iklan Es Ragusa Italia melalui penggunaan teknik *color grading*.
2. Penulis dapat mengetahui dan memahami seberapa pentingnya peran seorang *editor* dalam proses mengomunikasikan pesan melalui teknik *editing color grading* yang digunakan.

1.5. Manfaat Skripsi

Dengan hasil tugas akhir ini, penulis berharap:

1. Bagi Universitas Multimedia Nusantara
Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi para dosen dalam memberikan materi pengajaran, dan juga sekaligus referensi bagi mahasiswa tingkat akhir yang akan melaksanakan penulisan dan tugas akhir.
2. Bagi Penulis
Sebagai bahan pembelajaran dan evaluasi untuk membuat video tertentu dengan menggunakan teknik *color grading*.
3. Bagi Pembaca
Penulisan ini dapat digunakan sebagai media informasi bagi pembaca. Selain itu, pembaca dapat mengerti bagaimana cara melakukan *video editing* – khususnya pada teknik *color grading* – dengan menggunakan tahapan yang dibahas oleh penulis.

4. Bagi Es Ragusa Italia

Untuk mengangkat sesuatu produk yang sudah ada sejak lama, menggambarkan konsep nostalgia sebagai es krim tertua di Jakarta, agar digemari oleh banyak kalangan hingga sekarang.