



### **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

Di dalam produksi sebuah iklan terdapat banyak orang yang berperan penting, Salah satunya adalah penata kamera. Menurut Brown (2016), Sinematografi itu tidak hanya berhenti di fotografi. Ia menyatakan bahwa Sinematografi adalah sebuah proses dalam mengambil ide, kata-kata, aksi, emosi, *tone*, dan unsur nonverbal lainnya dan menjadikan semua itu ke dalam bentuk visual. Menurutnya teknik-teknik yang dapat digunakan sangat luas dan merupakan inti dari kerjasama antara sutradara dan penata kamera (hlm. 2). Pada karya penulisan skripsi penciptaan ini proyek yang akan dibahas adalah Iklan Alfa Group. Alfa Group adalah kelompok yang berisi dua perusahaan *convenience store* yaitu Alfamart (PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk) dan Alfamidi (PT. Midimart Utama Indonesia, Tbk). Kemudian *mood* adalah keadaan sementara dari pikiran atau perasaan.

Berhubung adanya pandemi Corona pada tahun 2020, tim penulis memutuskan untuk mengganti bentuk syuting iklan Alfa Group menjadi sebuah iklan animasi dengan gaya *Stillomatic*. Sehingga penulis sebagai *director of photography* bertugas untuk mengarahkan animator secara visual.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana *director of photography* dapat menerapkan teknik *lighting* dan *camera angle* untuk membangun *mood* karakter dalam video iklan Alfa Group.

## **1.3. Batasan Masalah**

Penulis membatasi penggunaan teknik *lighting* berupa *high key*, *low key* dan *chiaroscuro*, sedangkan untuk *camera angle* dibatasi pada *high angle* dan *low angle*. Pembahasan *mood* meliputi emosi *happiness*, *anger*, *fear*, *shyness*, dan *confidence* pada karakter.

## **1.4. Tujuan Skripsi**

Tujuan Skripsi adalah untuk menjelaskan peran *director of photography* dalam menerapkan teknik *lighting* dan *camera angle* untuk membangun *mood* karakter dalam video iklan Alfa Group.

## **1.5. Manfaat Skripsi**

### 1. Manfaat untuk Penulis :

Membantu penulis sebagai *director of photography* untuk membangun *mood* karakter pada video iklan Alfa Group menggunakan teknik *lighting* dan *camera angle*. Sehingga Penulis dapat menentukan *lighting* dan *camera angle* dalam video iklan Alfa Group.

2. Manfaat untuk pembaca :

Membagikan ilmu yang telah didapat pada penulisan ini kepada para pembaca yang tertarik atau membutuhkan.

3. Manfaat untuk Universitas :

Menjadi bahan materi bagi generasi masa depan serta menjadi arsip yang dapat berguna untuk almamater.