



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

Tetap menjadi muda dan tidak merasa tua merupakan keinginan banyak orang. Umur bukanlah penghalang untuk tetap memiliki jiwa muda. *Youthful*, atau yang diartikan secara bebas ke Bahasa Indonesia menjadi awet muda, merupakan salah satu *tagline* dari *brand* sepatu FYC Footwear (*Forever Young Crew*). FYC Footwear sendiri merupakan satu dari banyaknya *brand* lokal yang memproduksi sepatu-sepatu berkualitas. Memiliki kantor pusat di Bandung, FYC Footwear saat ini terus berkembang agar bisa dikenal lebih luas, oleh segala kalangan di Indonesia.

Video komersial, atau yang biasa disebut iklan, dibutuhkan untuk membantu penyebaran informasi secara cepat dan masif. Menurut Jefkins (1994), iklan atau video komersial merupakan salah satu cara halus yang diarahkan kepada calon pembeli potensial, agar nantinya calon pembeli tersebut membeli produk barang / jasa yang dijual (hlm. 5). Saat ini, penyebaran video komersial dapat dilakukan dengan mudah. Tidak seperti zaman dahulu yang harus membayar mahal di stasiun televisi, saat ini video komersial dapat dengan mudah dipasang dalam berbagai platform sosial media. Dengan begitu, video komersial dapat disebarluaskan dengan mudah, dan tentu saja lebih hemat.

Dalam pembuatan video komersial ini, penulis memiliki peran menjadi *art director*. Dijelaskan oleh Mahon (2010), *art director* tidak hanya bertanggung

terhadap adegan yang ada, namun juga harus memperhatikan aspek seni yang ada. Tidak lupa, seindah apapun visual yang tampak, fokus utama tetap pada pesan yang ingin disampaikan pada video komersial tersebut kepada audiens (hlm.11)

Video komersial FYC Footwear dibuat untuk memenuhi kebutuhan *client*, untuk meningkatkan *brand awareness* dari FYC Footwear. Video komersial ini nantinya akan ditampilkan melalui *channel Youtube* FYC Footwear.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, uraian masalah dalam penulisan ini adalah “Bagaimana menerapkan *mise en scene* dan warna dalam memvisualisasikan konsep *youthful* pada video komersial *FYC Footwear*?”

1.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, ruang lingkup batasan masalah akan terdiri dari:

1. Penerapan konsep *youthful* pada warna sepatu yang digunakan oleh pemeran utama.
2. Penerapan konsep *youthful* pada *mise en scene* yang dibatasi dalam penggunaan kostum, set dan properti.

1.4. Tujuan Skripsi

Skripsi ini bertujuan untuk menciptakan video komersial yang tentu saja menarik, dan memiliki semangat jiwa muda, sesuai dengan *brand* FYC Footwear yang difokuskan kepada kalangan muda.

1.5. Manfaat Skripsi

1. Dengan adanya skripsi ini, diharapkan penulis dapat memahami dan mengaplikasikan konsep *youthful* terhadap video komersial FYC Footwear.
2. Bagi orang lain, diharapkan skripsi ini dapat menjadi referensi baru untuk penulisan skripsinya.
3. Lalu untuk universitas, sekiranya skripsi ini bisa bermanfaat untuk menjadi rujukan dalam pembuatan video komersial lainnya