

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan pesatnya perkembangan media digital, produk dan jasa, maka terjadi juga perkembangan dalam pembuatan media promosi yang diproduksi dalam berbagai format, seperti pada format audio visual atau video komersial. Dengan banyaknya berbagai format, maka pilihan untuk menawarkan atau mempromosikan produk akan lebih efektif. Pembuatan video komersial tidak selalu tentang informasi produk atau jasanya, melainkan video komersial yang efektif memiliki suatu pesan atau makna yang terkandung dan dapat disampaikan dengan menarik perhatian penonton.

Pada video komersial Living Works, media digital yang digunakan untuk menayangkan video komersial Living Works adalah media sosial, salah satunya Instagram. Menurut *survey* dari *napoleoncat.com* (2021) pengguna Instagram di Indonesia jumlahnya mencapai delapan puluh dua juta, sehingga untuk menaikkan *brand awareness* sangat tepat dengan menggunakan media sosial Instagram.

Pada pembuatan video komersial Living Works ini lebih difokuskan pada pendekatan *soft selling*. Pada pendekatan *soft selling* penonton tidak merasa diharuskan untuk membeli sebuah produknya. Video komersial Living Works dibuat untuk menaikkan *brand awareness* yang dengan itu perusahaan ingin membangun keterlibatan dan memiliki citra yang baik di mata penonton atau pembeli.

Dalam video komersial Living Works, penulis berperan sebagai *director* yang bertanggung jawab pada tahap *development* hingga *post-production*, mulai dari *creative brief*, *treatment*, *directing*, hingga *editing*. Living Works merupakan perusahaan baru yang menjual produk rumah tangga yang meliputi piring, alat-alat memasak, sendok, garpu, sumpit, mangkok, wadah minyak, tempat bumbu, dan lain sebagainya. Video komersial Living Works ini dibuat dengan konsep visual *fun*, untuk memberikan kesenangan, kegembiraan, serta rasa yang baru dalam memasak dan juga menghadirkan makanan. Living Works hadir untuk masyarakat yang sering merasa bahwa memasak itu merepotkan, membuat *mood* menjadi turun, dan membuat hidangan makanan menjadi kurang menarik. Produk Living Works menjawab keresahan tersebut, dengan itu ia mempunyai alat makan yang premium serta *colourful*, yang dengan produk tersebut dapat membuat lebih menyenangkan, mempunyai rasa yang baru, dan kesenangan yang baru. Pembuatan video komersial Living Works ini berharap kepada penonton, bahwa produk alat masak dan alat makan dari Living Works akan menaikkan *mood* menjadi lebih senang dan rasa yang baru dengan hidup yang lebih berwarna.

Penulis berperan sebagai *director* ingin membuat konsep visual *fun* ke dalam sebuah elemen visual. Penulis mendapatkan hasil dari *client brief* bersama klien, yang mana klien ingin ketika menggunakan produk dari Living Works akan memberikan kesan bahwa memasak di rumah praktis dan juga *fun*. Produk dari Living Works ingin membuat penonton menjadi lebih menarik. Kesenangan dan kegembiraan dalam video komersial Living Works merupakan sebuah perasaan yang disampaikan ketika menggunakan produk dari Living Works. Konsep visual

fun akan membuat daya tarik penonton menjadi lebih tinggi dan menjadi pusat perhatian. Konsep visual *fun* membuat memasak tidak kenal lelah, perasaan senang yang direalisasikan pada saat memasak dan hidangan makanan, serta akan muncul kesenangan yang lebih. Kesenangan memasak di rumah ini menjadi konsep besar dari proyek video komersial Living Works dikarenakan situasi pandemi Covid-19 membuat masyarakat lebih banyak beraktivitas di dalam rumah.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini adalah bagaimana penerapan konsep visual *fun* dalam pembuatan video komersial Living Works?

1.3. Batasan Masalah

Penerapan konsep visual *fun* dalam penulisan ini dibatasi pada tahap *pre-production* yaitu, perancangan konsep visual, *treatment*, warna, *mood*, *shot*, dan *camera movement* hingga tahap *production* yaitu, *directing*.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan yang diinginkan dalam penulisan skripsi ini adalah menjelaskan peran *director* pada tahap *pre-production* hingga *production* untuk penerapan konsep visual *fun* dalam pembuatan video komersial Living Works.

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat penulisan skripsi penciptaan ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan lebih dalam secara teori maupun praktik dalam memahami penerapan konsep visual *fun* pada pembuatan video komersial.
2. Bagi pembaca, penulis berharap dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan memahami penerapan konsep visual *fun*, terutama pada pembaca dengan *jobdes director* yang ingin membuat video komersial.
3. Bagi universitas, penulis berharap dapat membantu Universitas Multimedia Nusantara untuk menambah arsip kajian dan memberikan informasi mengenai pembuatan video komersial dengan konsep visual *fun*.