

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate video adalah salah satu alat yang biasanya digunakan oleh beberapa perusahaan untuk mempromosikan atau mengutarakan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen. (Sedej, T. 2019) penggunaan video dalam tujuan pemasaran menjadi penting karena membantu membangkitkan emosi dan menarik bagi kebutuhan penonton selain itu promosi melalui video merupakan cara yang paling signifikan untuk bisa mencapai banyak orang.

Perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan medium digital berdampak ke penggunaan *corporate video* untuk kepentingan perusahaan baik untuk kalangan internal maupun eksternal misalnya *company profile* untuk membangun citra perusahaan, *promotional video* untuk meningkatkan penjualan produk, *documentation video* yang dibuat ketika perusahaan memiliki acara atau perayaan, *social issues video* untuk menunjukkan sikap kepedulian perusahaan terhadap isu sosial yang berhubungan dengan perusahaan itu sendiri, *the sustainability video* bertujuan untuk menunjukkan proses produksi yang dilakukan perusahaan tetap menjaga keseimbangan alam (Sweetow, 2011).

Aryana adalah salah satu perusahaan *developer* rumah di kawasan Tangerang dibawah naungan PT. Purinusa Jayakusuma. Aryana memiliki beberapa *cluster* yaitu *cluster* Flora, Green, Garden, dan Nusa Flora. Selain itu

Aryana juga memberikan fasilitas *waterpark* dan *water treatment plant*. Perumahan Aryana membutuhkan *corporate video* untuk mempromosikan *cluster* baru yang mereka bangun dan fasilitas yang mereka miliki.

Penulis yang berperan sebagai *director* diminta untuk membuat *corporate video* untuk perumahan Aryana untuk menarik calon konsumen untuk membeli rumah di Aryana. Dengan target penonton usia 23 tahun ke atas maka penulis fokus dengan penyampaian informasi dan fasilitas Aryana yang disampaikan secara ringan dan menyenangkan agar mudah dimengerti. Dalam merancang video promosi yang akan dibuat untuk Aryana penulis akan menggunakan konsep fantasi mengenai pasangan yang akan bertunangan dan mengkhayalkan rumah tangganya di *Cluster Flora*. Penulis memilih kegiatan berkhayal pada tokoh karena berdasarkan suatu penelitian yang dilakukan di aplikasi disimpulkan bahwa kebanyakan orang menghabiskan 47% dari waktunya untuk berkhayal (Gilbert & Killingsworth, 2010).

Sebagai sutradara, penulis tertarik untuk belajar bagaimana menerapkan konsep fantasi ke dalam elemen *setting*, properti, pencahayaan, kostum dan performa aktor dalam produksi *corporate video*. Penulis tertarik dengan konsep fantasi karena dengan fantasi merupakan salah satu cara untuk bisa berpaling dari kenyataan dan penulis tertarik untuk bisa mengeksplor konsep fantasi dalam menghancurkan persepsi ruang dan waktu dalam film. Berangkat dari pendekatan konsep fantasi untuk produksi *corporate video* PT. Purinusa Jayakusuma maka

penulis membuat skripsi dengan judul “Penerapan Konsep Fantasi Dalam *Mise En Scene* Pada Penyutradaraan *Corporate Video* PT. Purinusa Jayakusuma”.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan konsep fantasi dalam *mise en scene* pada penyutradaraan *corporate video* PT. Purinusa Jayakusuma?

1.3. Batasan Masalah

Penulis akan membatasi pembahasan penelitian ini pada:

1. Konsep fantasi berdasarkan teori Walters yaitu teori fantasi ruang dan waktu, dan *the invisible dream*.
2. Elemen *Mise en Scene* yang meliputi *setting*, properti, pencahayaan, kostum dan aktor pada *scene* 6 dan 9, penulis memilih *scene* 6 karena disini tokoh mulai memasuki dunia fantasi mereka dan kedua *scene* ini untuk memperlihatkan fantasi melalui kejanggalan tokoh bayi yang tiba-tiba hadir dalam kehidupan tokoh.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep fantasi dalam *mise en scene* pada penyutradaraan *corporate video* PT. Purinusa Jayakusuma

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat penulisan tugas akhir bagi penulis ada 3 yaitu bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

Manfaat tugas akhir bagi penulis adalah agar penulis dapat menambah wawasan dalam merancang konsep produksi *corporate video* yang disesuaikan dengan citra dan kebutuhan klien. Selain itu, tugas akhir ini menjadi pembelajaran bagi penulis saat merancang dan menerapkan *mise en scene* yang sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan. Tugas akhir ini juga salah satu persyaratan bagi penulis untuk mendapatkan gelar sarjana.

Penulis berharap penulisan skripsi tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan memberikan informasi pada para pembaca khususnya sutradara lain yang ingin membuat sebuah *corporate video*.

Penulis berharap penulisan tugas akhir ini bisa membantu Universitas Multimedia Nusantara sebagai rujukan akademis atas perancangan karya yang sejenis.