

1. LATAR BELAKANG

Corporate Video merupakan sarana yang dipakai oleh perusahaan untuk memberikan informasi secara lengkap, baik mengenai pelayanan jasa, produk, sampai dengan citra yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. *Corporate Video* pun dibagi ke dalam beberapa jenis yang mana salah satunya adalah *Video Campaign*. *Video Campaign* sendiri berfungsi untuk meningkatkan *brand awareness* dalam masyarakat yang bisa membuat banyak masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Thompson dan Bowen (2009) menyebutkan ketika seorang *editor* mengatur *shot* yang berkesinambungan satu sama lain, proses *editing* bukan lagi hanya memotong dan menyambungkan *shot*, namun telah dianggap sebagai alat yang kuat. (hlm. 2). Dalam proses pembuatannya sendiri, audio serta visual merupakan aspek penting dalam pembuatan *video campaign* tersebut khususnya di aspek visual yaitu warna.

Luzar (2011) menyatakan bahwa warna memiliki fungsi sebagai identitas dari sebuah produk ataupun *brand*. Warna juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan ataupun emosi kepada penonton terkait dengan visi dan misi dari produk yang akan ditampilkan (hlm. 1085). Untuk menciptakan warna yang diinginkan tersebut, penulis berperan sebagai *colorist* menggunakan metode *color grading* yang kemudian dapat membuat *mood* dan *look* sesuai dengan apa yang *client* dan sutradara inginkan. Dimana dalam proses *color grading* ini, *footage* yang telah didapat akan mengalami perubahan dari beberapa aspek seperti warna, intensitas cahaya, *shadow*, dll. Skripsi ini dibuat dengan judul “Peran *Colorist* dalam Membangun Suasana Intim Antara Ibu dan Anak di *Campaign Video* PT. Aku Pintar”. Pada skripsi ini, penulis ingin membahas tentang Bagaimana peran *colorist* dalam membangun suasana intim antara ibu dan anak di *campaign video* PT. Aku Pintar?