

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi terutama media iklan membuat video korporat sangat berguna. Adanya media promosi ini sangat membantu perkembangan dari perusahaan itu sendiri agar lebih dikenal luas. Video korporat dapat membantu perusahaan untuk lebih mudah menyampaikan visi dan misi. Video ini harus memperhatikan pemilihan konsep yang tepat dan William Tan Foto Studio membutuhkan media promosi ini agar dapat berkembang lagi. Media promosi visual adalah salah satu cara efektif dengan konsep yang unik dan tentunya informatif agar dapat diingat dan mendapat target pasar yang tepat. Perusahaan harus berkembang bukan hanya bertahan untuk bersaing di industri. Maka dari itu penulis merancang *shot*, pergerakan kamera dan konsep yang sesuai dengan *brief* dari perusahaan agar visi dan misi perusahaan dapat disampaikan dengan baik secara visual. Oleh sebab itu konsep dari pesan gambar bergerak ini harus dibuat singkat, padat, jelas dan juga menarik untuk *target* pasar utama studio.

Penulis diberi kesempatan untuk menjadi sinematografer yang akan bertanggung jawab dalam pembuatan video korporat ini. Sebagai sinematografer tanggung jawab penulis adalah *angle*, *shot*, pergerakan kamera dan tata cahaya yang sesuai dengan *moodboard*. Klien yang juga pemilik dari William Tan Foto Studio ikut andil dalam pembuatan konsep video korporat. Penulis membuat video ini berfungsi untuk membantu penyebarluasan informasi secara visual dengan media video. William Tan Foto Studio membutuhkan media promosi baru yang bertujuan untuk menyebarluaskan keberadaan perusahaan yang lebih dikenal secara luas. Pembuatan video korporat ini bertujuan untuk menambah jangkauan *target market* dari perusahaan ini bukan hanya jasa foto dan video tetapi perusahaan juga ingin Promosi ini bertujuan untuk memberikan layanan memuaskan dengan kualitas yang terjaga dan juga sistem pengerjaan yang cepat. Maka dari itu konsep pergerakan kamera akan menjadi aspek yang cukup penting.

Konsep yang direncanakan bersama pihak klien dan *editor* akan membantu penulis sebagai sinematografer agar pemilihan *shot* terutama makna pergerakan dan *type of shot* bisa sesuai. Makna dibalik *shot* harus direncanakan agar pesan yang

ingin disampaikan tidak menyimpang. Tujuan dari pergerakan kamera ini adalah untuk mengunci perhatian dan mendapatkan atensi penuh yang ditujukan pada target pasar foto studio ini. Konsep yang mengikuti permintaan klien tetapi tetapi dengan standar yang telah dipelajari penulis untuk pembuatan video korporatf yang benar. Agar konsep dapat diaplikasikan dengan baik maka penulis melakukan survei terlebih dahulu. Melihat lokasi studio apakah memungkinkan untuk melakukan movement, angle dan juga *type of shot* yang dikonsepskan.

1.1. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan sinematografi video korporat William Tan Foto Studio dengan menggunakan *dynamic shot*? Batasan masalah pada penulisan adalah pergerakan kamera yang bergerak secara dinamis. Perancangan sinematografi akan terfokus pada pergerakan kamera *pans (whip, left and right, tilt, zoom in, zoom out, spinning 360)*. Lalu *type of shot* yang akan digunakan pada video korporat ini adalah *long shot* dan juga *close up shot* yang tentu akan mempunyai andil penggaruh besar untuk konsep *cinematic yang dibuat penulis*. Video korporat akan dibuat berdurasi singkat dalam 3 menit 52 detik.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan konsep *dynamic shot* pada video korporat William Tan Foto Studio. Video korporat dengan pergerakan kamera yang dinamis bertujuan intuk menjangkau lebih banyak klien. Maka visi misi dan kualitas perusahaan akan diperlihatkan, sekaligus juga *speciality* dari perusahaan. Video korporat harus mampu memikat penonton agar antusias menonton stabil hingga akhir.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A