

1. PENDAHULUAN

Perkembangan kegiatan perekonomian memicu munculnya banyak jenis usaha baru. Para pemilik usaha berusaha untuk menunjukkan kepada calon konsumen bahwa produk atau jasa yang dijual merupakan yang terbaik. Untuk menunjukkan hal ini, pemilik usaha menggunakan iklan sebagai alat promosi. Menurut Tjiptono dalam Junnifer dan Yuliana (2016), periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi secara tidak langsung yang menampilkan nilai keunggulan suatu produk atau jasa untuk memberi rasa menyenangkan dan memengaruhi calon konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu bentuk iklan dari sebuah badan usaha adalah *company profile*.

Menurut Brigitta, Sedyono, dan Papilaya (2016: 10), *company profile* berisi perkenalan perusahaan yang ditujukan bagi calon relasi atau konsumen. *Company profile* mencakup *corporate value*, *product value*, dan keunggulan perusahaan yang tergambar dalam latar belakang dan sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, tokoh penting dalam perusahaan, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan, pencapaian perusahaan, serta rencana masa depan (hlm. 11). PT Pancaniaga Indoperkasa ingin membuat video *company profile* yang memvisualkan konsep atau kesan elegan perusahaan. Menurut Menninghaus, dkk (2018), elegan sering dikaitkan dengan kesan sederhana, harmoni, tenang, dan klasik. Konsep elegan atau harmoni ini ingin dicapai melalui penggunaan teknik *color grading*.

Arundale dan Trieu, dalam Christian (20019: 1), menjelaskan bahwa *color grading* bertujuan untuk memanipulasi warna pada video untuk memvisualkan kesan atau konsep tertentu kepada penontonnya. Jika *color grading* dilakukan tanpa konsep atau rancangan yang tepat, maka *color grading* bisa saja membuat konsep utama tidak tersampaikan kepada penonton video. Oleh sebab itu, penulis memilih untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana memvisualkan konsep elegan tersebut melalui penerapan teknik *color grading* yang sesuai. Berdasarkan KBBI (diakses tahun 2021), memvisualkan merupakan sebuah proses pengembangan bentuk dari suatu konsep menjadi objek visual yang dapat ditangkap oleh indra penglihatan. Menurut Lestari (2017: 1), warna pada visual video sangat

berpengaruh terhadap *mood* dan kepuasan penontonnya sehingga akan memaksimalkan tujuan dari *company profile*.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah “Bagaimana menerapkan teknik *color grading* untuk memvisualkan konsep elegan dalam pembuatan video *company profile* PT Pancaniaga Indoperkasa?” Dalam skripsi ini, penulis ingin membatasi masalah yang akan diteliti, yaitu teknik *color correction* dan *color harmony* dalam proses *color grading* untuk mendapatkan konsep elegan pada *scene interior* (ruang *meeting*), *exterior* (depan kantor), dan *interior (retail store)*. Tujuan dari skripsi ini adalah penulis dapat merancang dan merealisasikan konsep elegan melalui teknik *color grading* pada video *company profile* PT Pancaniaga Indoperkasa. Manfaat skripsi ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu terkait teknik *color grading* yang telah penulis pelajari selama kuliah dan sebagai bahan informasi serta referensi bagi pembaca untuk memahami bagaimana perancangan *color grading* untuk mendukung konsep video.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA