

1. LATAR BELAKANG

Video company profile untuk PT. Bina Sumberdaya Indonesia merupakan video dengan tipe naratif. Video ini mengangkat tema “The Right Fit to Fit Right In”. Tema tersebut adalah slogan perusahaan dari badan usaha PT. Bina Sumberdaya Indonesia, yaitu Karya Talents. Inti naratif dari video ini menceritakan seorang wanita yang ingin melamar untuk bekerja di PT. Bina Sumberdaya Indonesia. Wanita tersebut pesimis akan keberhasilannya dalam melamar ketika melihat pesaingnya. Setelah membuka *website* dari PT. Bina Sumberdaya Indonesia, wanita tersebut menjadi lebih percaya diri karena paham dengan perusahaan tersebut. Wanita tersebut kemudian diterima sebagai pegawai tetap setelah melakukan *interview* dan berterima kasih kepada HRD yang menerima dia di perusahaan tersebut.

Video company profile ini akan memperkenalkan perusahaan PT. Bina Sumberdaya Indonesia dari segi pelamar kerja. Dalam video ini wanita yang menjadi karakter utama akan mempromosikan perusahaan dari segi akuisisi, assessment, akademi, dan advisory. Untuk bisa mempromosikan poin-poin tersebut, penulis sebagai *sound designer* merancang *background music* sedemikian rupa. Musik dalam bentuknya yang bermacam-macam dapat mempengaruhi berbagai hal. Hal tersebut seperti membangun atmosfer dan juga menarik perhatian penonton (Kalinak, 1992). Dengan demikian, penulis membuat *background music* menggunakan instrumen musik yang mendukung.

1.1.RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pemilihan instrumen musik sebagai penyampaian naratif dapat mempengaruhi *mood* dalam penyampaian pesan dalam *video company profile* PT. Bina Sumberdaya Indonesia? Batasan masalah dalam tulisan ini adalah *scene* 1, 2, 10, 12, 14.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pemilihan instrumen musik dalam penyampaian naratif pada video *company profile* PT. Bina Sumberdaya Indonesia. Penulis berharap pembaca dapat memahami konsep pemilihan instrumen musik yang tepat untuk membuat sebuah video *company profile*.

2. STUDI LITERATUR

2.1. Fungsi Musik dalam Film

Kalinak (2010) menyebutkan bahwa musik dalam film adalah musik yang didesain dan dikhususkan sebagai bagian dalam sebuah film atau dipilih untuk menjadi bagian dari film tersebut. Musik dalam film bisa dibuat secara langsung atau sudah pernah direkam, baru dibuat atau sudah pernah dibuat, dirancang dengan baik atau dibuat dengan improvisasi.

Disebutkan juga oleh Kalinak (2010) bahwa musik dapat membangun seting, memberitahukan tempat dan waktu dari film tersebut. Musik juga membangun *mood* dan atmosfer dari film. Musik dapat menarik fokus penonton kepada elemen *onscreen* ataupun *offscreen*. Emosi yang dibutuhkan oleh sutradara untuk *scene* tertentu berasal dari musik dalam film.

Jurnal yang ditulis oleh Bruner II (1990) mengatakan bahwa musik mempunyai efek yang baik dalam menampilkan *mood* penonton. Dalam pembahasannya, musik yang diujikan adalah musik dan fungsinya dalam marketing di film. Berdasarkan tulisannya, Bruner II menyimpulkan tiga point yaitu:

1. Manusia memiliki arti emosional tertentu terhadap musik
2. Manusia merespon hal tertentu terhadap musik
3. Musik dalam marketing memberikan efek respon tertentu terhadap pelanggan