

1. LATAR BELAKANG

Penggunaan kamera yang semakin mudah, murah, serta sifatnya yang mulai inklusif dan dipergunakan oleh banyak orang menciptakan keberagaman hasil produk dalam bentuk video. Keberagaman ini bisa terlihat dikeseharian masyarakat khususnya pada era sosial media sekarang. Pengunggahan dan juga penyebarluasan video-video yang dibuat baik secara masif dan profesional maupun dibuat oleh seorang individu yang kemudian dilihat oleh orang banyak, kerabat, teman, sampai orang asing yang tidak pernah ditemui sebelumnya bisa melihat video yang sudah disebarluaskan ke media sosial. Formula penyebarluasan video di era digital yang akhirnya juga mempermudah banyak perusahaan menggunakan video sebagai alat yang penting untuk memasarkan produk mereka. Video iklan membantu perusahaan untuk menunjukkan produk atau pentingnya jasa yang mereka sediakan kepada masyarakat ramai (Sweetow, 2011:211)

Melts merupakan sebuah perusahaan yang bertekun di industri makanan, produk-produk yang dihasilkan melts berupa olahan coklat dengan kalori rendah. Tujuan melts untuk menciptakan olahan coklat yang enak, sehat, dan juga mudah untuk diakses oleh masyarakat luas. *Accessible, tasty, dan, healthy* merupakan tiga produk identitas dalam tiga produk yang berbeda, penulis merepresentasikan identitas dari masing-masing produk menggunakan satu teknik pencahayaan yaitu *low-contrast lighting* sebagai *gaffer*. *Low-contrast lighting* digunakan sebagai pendanda representasi *product knowledge* yang dirasakan oleh para konsumen.

Dalam pengerjaan sebuah video iklan dibutuhkan adanya *client brief*. Pavlů (2016:205) menyatakan bahwa *client brief* berisikan informasi-informasi rinci dan juga valid yang diberikan oleh perusahaan kepada pembuat iklan. Pavlů juga menambahkan *client brief* berfungsi untuk membantu para pembuat iklan dalam menentukan konten utama dalam sebuah video iklan, dan juga pemilihan bentuk-bentuk yang diperlukan untuk mengkomunikasikan sebuah iklan kepada masyarakat. *Client brief* dapat digunakan sebagai acuan untuk menciptakan kondisi persiapan yang baik dan juga inkubasi kreatif bagi para pembuat video iklan.

Penting bagi para pembuat video iklan untuk mencari tahu tentang nilai dan identitas dari perusahaan yang akan dikerjakan video iklannya (Swetow, 2011:XVIII). Melalui paparan *client brief* penulis mencoba untuk merancang teknik pencahayaan untuk merepresentasikan tiga identitas produk, yang masing-masing terlihat pada tiga video komersial yang berbeda.

1.1.RUMUSAN MASALAH

Bagaimana representasi *product identity* pada video komersial Melts melalui *low contrast lighting*?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penulisan dan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi *product identity* yang dimiliki oleh produk-produk Melts melalui teknik pencahayaan *low contrast lighting*, dan juga untuk mengetahui pentingnya pencahayaan dalam konsep khususnya pada video-video komersial.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA