



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kasali (2008) menjelaskan bahwa Pertamina merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang usaha energi minyak dan gas bumi, yang berdiri sejak 10 Desember 1957. Pertamina mengalami evolusi pergantian nama perusahaan, berawal dari PN Permina yang kemudian bergabung dengan PN Pertamina pada tahun 1968 maka terbentuklah sebuah nama perusahaan baru yaitu Pertamina (hlm. 216).

Perubahan nama tidak hanya sampai disitu, Pertamina melakukan perubahan nama lagi menjadi PT Pertamina Persero yang disahkan pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan UU No. 21 Tahun 2001 (hlm 124). Supriyanto (2010) menjelaskan bahwa untuk PT Pertamina harus mampu bersaing dengan perusahaan lain, oleh karena itu mereka harus merancang sebuah strategi.

Untuk dapat merancang sebuah strategi maka dapat diwujudkan dengan membentuk sebuah divisi yaitu KOMET atau *Knowledge Management*. KOMET diluncurkan pada bulan November 2008 dengan tujuan untuk melestarikan aset perusahaan berupa pengetahuan, keterampilan dan pengalaman operasional yang dimiliki individual pemimpin dan pekerja, sehingga pemahaman akan *knowledge management* menjadi hal penting dalam sebuah perusahaan (hlm. 13).

KOMET terbagi menjadi dua bagian yaitu *offline* dan *online*. Aktivitas secara *offline* melalui forum, *workshop*, *internal meeting*, sedangkan secara *online*

melalui *knowledge management*, *community of practice* dan Webinar. Menurut Sharan dan Jarucci (2014) Webinar merupakan penggabungan dari seminar dan *web* yang dapat diartikan sebagai seminar *online* tanpa harus bertatap muka secara langsung, yang bertujuan untuk mempermudah para penggunanya dari segi waktu maupun tempat, sehingga lebih efisien (hlm. 3).

KOMET membutuhkan media untuk mempromosikan Webinar kepada karyawan Pertamina, oleh sebab itu multimedia interaktif menjadi sebuah media yang dinilai efisien untuk digunakan sebagai bahan pembelajaran dan promosi kepada karyawan Pertamina.

Dalam produksi video Webinar, penulis berperan sebagai seorang *Art Director* yang bertanggung jawab terhadap visual dan menjadikan *creative brief* sebagai acuan visual dalam pembuatan video promosi Webinar KOMET sehingga sesuai dengan visi klien.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana *Art Director* merancang visual video promosi Webinar berdasarkan *creative brief*?

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi penulisan pada perancangan *shot*, *lighting*, *property* dan pemilihan warna artistik pada Segmen 1, Segmen 3 dan Segmen 5.

1.4. Tujuan Penelitian

Penulisan laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengaplikasikan *creative brief* yang menjadi dasar *Art Director* dalam merancang visual video promosi Webinar.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Tugas Akhir ini dapat menambah wawasan penulis tentang bagaimana pengaplikasian *creative brief* sebagai acuan visual dalam pembuatan sebuah karya Tugas Akhir dan dapat menjadi bahan referensi pembaca untuk melakukan penelitian lebih lanjut.