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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Corporate Video

Menurut Sweetow (2011) hal yang harus dilakukan sebelum memproduksi sebuah *corporate video* adalah untuk mempelajari tentang nilai-nilai, konsumen dan penggunaan *brand* perusahaan tersebut harus dipelajari oleh tim produksi (hlm. xviii). Prinsip tersebut penting untuk diketahui dan dipahami oleh pembuat *corporate video* sebelum melanjutkan pada tahap produksi. ini merupakan tahapan media komunikasi berupa visual yang digunakan oleh perusahaan untuk media promosi. Sehingga dengan adanya pemikiran seperti pemikiran Sweetow akan lebih mempermudah masyarakat mengetahui info-info tentang sebuah perusahaan. Ide yang melatarbelakangi dalam pembuatan *Corporate Video* adalah untuk meyakinkan pasar potensial dan memberikan informasi yang relevan sebagai upaya penawaran.

Menurut Dizzazo (2013), film untuk industri telah berkembang menjadi *corporate video*, yang terus berkembang menjadi media baru yang sering kita sebut multimedia. media ini meliputi beberapa gambar dan suara, lalu diproses dan disampaikan berbeda dari sebuah film atau rekaman video, tetapi lebih sebagai *file* digital seperti *CD, DVD* dan situs web (hlm. 4). Media ini sangat penting dan menarik untuk mempromosikan sebuah perusahaan. selain dapat mengeksplor kreativitas dalam membuat sebuah *corporate video*, media promosi berupa *corporate video* juga akan lebih menarik minat pengunjung karena para

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

pengunjung akan lebih merasakan visi dan misi yang terdapat pada sebuah perusahaan dan pengunjung dapat mengetahui kualitas dari perusahaan tersebut.

2.2. Creative Director

Menurut Sweetow (2011), *creative director* bertugas untuk menerjemahkan naskah dan konsep dalam bentuk visual yang baik dan mengarahkan talent sesuai dengan konsep *corporate video* (hlm. 77). Hal ini sangat berguna dalam proses syuting, karena itu akan mempermudah *crew* dan *talent* untuk memahami apa yang dimaksud oleh seorang *creative director*. Sehingga visi dan misi perusahaan tersebut tersampaikan dengan baik dan dikemas dengan konsep yang menarik.

Menurut Clark & Fehl (2006) *creative director* memulai pekerjaannya dengan menyusun sebuah konsep untuk setiap klien (hlm. 14). *Creative director* akan membuat beberapa konsep yang akan di presentasikan kepada klien. Sehingga presentasi konsep itu pun berdasarkan *survey* dari perusahaan tersebut. dan dibuat sesuai dengan visi dan misi perusahaan tersebut.

Menurut Sandrayani (2012) *creative director* awalnya akan menganalisa hasil *client brief,* kemudian membuat *mind map* dan *keyword*s untuk mencari konsep yang sesuai untuk perusahaan tersebut. Dengan melakukan *client brief* terlebih dahulu, maka seorang *creative director* akan lebih mudah untuk membuat sebuah konsep yang sesuai dengan kebutuhan sebuah perusahaan. Selain itu, *client brief* berperan dalam efisiensi proses pra produksi dari segi waktu dan pencarian ide untuk membuat konsep yang akan ditawarkan kepada perusahaan.

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

2.3. Konsep

Konsep merupakan sebuah istilah yang berasal dari bahasa latin yaitu conceptum, yang artinya sesuatu yang dipahami. Menurut Bahri (2008) konsep adalah satuan arti yang mencakup sejumlah objek dan memiliki ciri yang sama. Seseorang yang membuat konsep mampu memaknai objek-objek yang dihadapi dan menempatkan objek-objek tersebut kedalam golongan tertentu (hlm. 30). Dalam pembuatan konsep, *survey* sangat dibutuhkan karena dapat membantu pembuatan konsep yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Budiarjo (2008) menambahkan, konsep adalah sebuah konstruksi mental, suatu ide yang abstrak (hlm. 43). Maksudnya konsep itu berupa ssebuah kerangka ide yang kemudian harus dikembangkan sehingga penerapannya dapat lebih efektif. Oleh sebab itu sebuah karya memerlukan kerangka ide yang kuat sehingga maksud dan ide yang ingin ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik.

2.4. Konsep *Fun*

Fun memiliki pengertian yaitu kesenangan dan kegembiraan jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia. Menurut Cousineau (2012) *fun* merupakan sebuah hiburan ataupun pengalihan yang bisa didapatkan melalui kegiatan yang menyenangkan atau menarik (hlm. 134). Dan dalam proses belajar mengajar juga memerlukan kegiatan yang menyenangkan agar mahasiswa tidak jenuh atau *stress*.

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

Menurut Sprenger (2010) bersosialisasi sangat penting untuk kelangsungan hidup dan juga untuk bergaul dengan orang lain (hlm. 171). manusia adalah mahluk sosial sehingga manusia memerlukan sosialisasi. Sosialisasi juga dapat membuat orang merasa senang.

2.4.1. Fun Learning

Lingkungan sosial atau suasana kelas adalah penentu psikologis utama yang mempengaruhi belajar akademis. Aspek suasana mencakup bahasa yang dipergunakan, cara menjalin simpati, serta sikap terhadap proses belajar. Suasana lingkungan yang penuh kegembiraan membawa kegembiraan pula dalam belajar (DePotter, Reardon & Singer, 2000, hlm. 14). Jenis-jenis model *fun learning* adalah sebagai berikut.

1. Model Pembelajaran Kooperatif (*Cooperative Learning*) : Menurut Amri, Sofan & Ahmadi, (2010) model ini merupakan model pembelajaran dimana siswa belajar dalam kelompok kecil yang memiliki tingkat kemampuan berbeda (hlm. 67). Dalam menyelesaikan tugas kelompok, setiap anggota saling bekerjasama dalam memahami bahan pembelajaran. Beberapa tipe dari penerapan model pembelajaran kooperatif adalah sebagai berikut.

   a. *Role Playing* :

      Menurut Komalasari (2010), model pembelajaran *Role Playing* adalah suatu tipe model pembelajaran pelayanan *(Service Learning)*. Model pembelajaran ini memanfaatkan imajinasi dan penghayatan murid dalam penguasaan materi pembelajaran. Pengembangan imajinasi dan

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

penghayatan dilakukan murid dengan memerankannya sebagai tokoh hidup atau benda mati (hlm.63).

b. *Mind Mapping* (Peta pikiran) :

Mind mapping (peta pikiran) merupakan cara mencatat yang menyenangkan dan mudah untuk menyerap dan mengeluarkan informasi dan ide baru dalam otak (Buzan, 2007, hlm. 4). *Mind mapping* dapat dilakukan menggunakan warna, simbol, kata, garis lengkung dan gambar yang sesuai dengan cara kerja otak.

2. Model Pembelajaran Berbasis Masalah (PBL) : Menurut Sugianto (2009), model pembelajaran ini membantu mencapai tujuan-tujuan seperti meningkatkan keterampilan intelektual dan investigatif, memahami peran orang dewasa, dan membantu siswa untuk menjadi pelajar yang lebih mandiri (hlm. 151).
3. Model Pembelajaran Langsung (*Direct Instruction*) : Menurut Sofan, Amri & Ahmadi (2010), Model Pembelajaran Langsung *(Direct Instruction)* merupakan model pembelajaran yang dipelajari selangkah demi selangkah dalam mengembangkan proses belajar siswa tentang pengetahuan prosedural dan pengetahuan deklaratif yang terstruktur dengan baik (hlm. 39).

2.5. Mood Board

Mckelvey & Munslow (2009) menjelaskan bahwa *mood board* adalah kumpulan gambar, tekstur dan warna yang digunakan untuk menjelaskan konsep visual (hlm. 150). *Mood board* biasa digunakan untuk membangkitkan *mood* sehingga

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

memberikan inspirasi bagi seorang desainer. *Mood board* sendiri perlu dianalisa oleh desainer itu sendiri agar setiap elemen desain yang digunakan dalam sebuah karya dapat memiliki arti tersendiri yang kemudian membentuk sebuah karya yang orisinal sesuai dengan kepribadian desainer. Biasanya *mood board* dibuat dengan menggunakan potongan-potongan gambar yang dianggap oleh seorang desainer sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya.

Shaw (2015) menjelaskan bahwa untuk membuat sebuah *mood board,* desainer harus mencari gambar-gambar yang memiliki pengaruh tersendiri terhadap desainer tersebut (hlm. 95). Sebuah *mood board* akan menunjukkan selera dan kepribadian seorang desainer. Setiap gambar yang dipilih harus membuat desainer merasakan adanya keselarasan dan kecocokan dengan konsep yang telah dirancang.

2.6. ***Storyboard***

Menurut Simon (2007), *storyboard* adalah gambaran hasil akhir editan sebuah video menurut seorang produser atau sutradara dalam bentuk ilustrasi (hlm. 3). Ini merupakan salah satu cara komunikasi yang paling efektif antara sutradara atau produser dengan seluruh *crew*. Setiap gambar dapat menjelaskan informasi yang ingin disampaikan oleh setiap shot dan menentukan gambar yang ingin dihasilkan oleh seluruh *crew*. *Storyboard* bisa disebutkan sebagai sebuah pedoman untuk membuat sebuah video.

Glebas (2009) menjelaskan bahwa *storyboard* adalah sebuah rencana visualisasi untuk sebuah cerita (hlm. 47). Sebuah film pada dasarnya adalah

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017

sebuah cerita yang divisualisasikan. Visualisasi sebuah cerita memerlukan perencanaan dan pertimbangan yang matang. Rencana tersebut dituangkan ke dalam *storyboard.* Ketika sebuah *storyboard* selesai dikerjakan, maka yang tersisa untuk dikerjakan dalam sebuah film hanya eksekusinya saja.

2.7. ***Motion Graphic***

Menurut Krasner (2008), *Motion Graphic* adalah penggabungan antara desain grafis tradisional dengan sinema (hlm. xiii). Desain grafis tradisional merupakan karya yang memperhatikan teknik-teknik seperti *Typography* dan *layout.* Sedangkan dalam sinema teknik-teknik yang diperhatikan adalah komposisi, *framing, motion* dan lain-lain. Sehingga *motion graphic* merupakan hasil karya kreatif yang dibuat dengan memperhatikan teknik-teknik yang ada dalam desain grafis tradisional dan sinema.

Curran (2000) menambahkan bahwa *motion graphic* merupakan solusi yang diciptakan oleh desainer grafis professional dengan menggabungkan teknik desain, filmmaking, penulisan, animasi, arsitektur informasi dan *sound design* menjadi sebuah desain yang dinamis dan efektif untuk film, TV, dan *internet*. (hlm.3). Biasanya desainer grafis membuat karya yang berbentuk statis dan hasil akhirnya berupa media cetak. Seiring berkembangnya zaman, industri film, TV dan *internet* lebih diminati karena lebih dinamis dan efektif. Sehingga para desainer grafis mulai membuat karya yang menggabungkan keahlian mereka dengan teknik-teknik yang biasa digunakan untuk membuat video. Dan hasil karya itu berupa *motion graphic.*

Peranan Seorang Creative..., Venna Violita, FSD UMN, 2017