



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Di zaman modern sekarang ini, video promosi merupakan salah satu contoh cara untuk memasarkan/mengiklankan perusahaan berupa barang ataupun jasa. Video promosi yang baik adalah video yang mampu memberikan informasi yang tepat dan penting hingga sampai ke konsumen. Maka dari itu sangat penting komposisi didalamnya agar visual yang terpampang terlihat menarik. Menurut Wheeler (2005) tugas penata kamera sangat penting disini agar dapat menciptakan visual yang baik dari film agar tercapai penyampaian maknanya (hlm. 3).

Dalam memproduksi sebuah video promosi perusahaan, tentu harus menunjukkan visual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Penting pemilihan *shot* agar produk yang dipromosikan terlihat bagus dan membuat para calon pembeli menjadi tertarik. Seperti yang diutarakan oleh Joseph dan Stanley (2005), bahwa produk yang di *shoot* harus memperlihatkan sisi karakteristik terbaiknya agar dapat dijual (hlm. 172).

Perusahaan yang penulis buat video promosinya adalah KRAKAKOA. KRAKAKOA merupakan perusahaan startup yang memproduksi makanan yaitu coklat. Lahir di tahun 2013 dengan nama sebelumnya yaitu KAKOA, perusahaan ini sangat unik mulai dari produksi, hingga hasil *packaging* produknya yang terbilang indah dan ber-khas Indonesia. Dalam rangka membuat video promosi perusahaan KRAKAKOA, tidak terlepas peranan *art director* agar visual yang

tergambarkan bisa terlihat estetik dan dapat memasarkan produknya dikalangan masyarakat. Untuk itu, penulis membahas proyek Tugas Akhir (TA) ini dengan memilih judul Penerapan Komposisi Visual Pada Produk dalam Video Promosi Krakakoa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan diangkat adalah: Bagaimana cara menerapkan komposisi visual pada produk dalam video promosi Krakakoa?

1.3. Batasan Masalah

Penjelasan yang akan penulis bahas akan dibatasi pada :

- a. *The Frame*
- b. *Set up Decoration*

terhadap adegan di kebun kakao, fermentasi dan pengeringan, serta saat pengambilan produk kemasan.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan penulis membuat Tugas Akhir ini adalah untuk menjelaskan seorang *art director* bekerja serta bertanggung jawab atas visual yang terlihat. Sehingga dapat menghasilkan video promosi yang sesuai dengan harapan penulis serta *client*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis bermanfaat untuk mengetahui betapa pentingnya *composition* tiap shot dalam menceritakan visual cerita.
2. Bagi pembaca bermanfaat untuk bisa mengetahui visual – visual yang tersampaikan dalam setiap scenenya.
3. Bagi Universitas bermanfaat untuk sebagai acuan referensi di Perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bagi perusahaan bermanfaat untuk sarana informasi dan penunjang dari video promosi tersebut.