# BAB I

**PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang

Video merupakan salah satu media dalam program multimedia yang berisikan tentang audio dan visual yang menyiratkan suatu kejadian dengan subjek yang bergerak. Azhar Arsyad (2011) menyatakan bahwa video merupakan gambar- gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Seiring berjalannya waktu, video terus menerus berkembang dan terus menerus memiliki suatu tujuan maupun fungsi yang juga ikut berkembang, Salah satunya adalah pemanfaatan video menjadi sebuah produk *Personal branding* subjek untuk pengenalan diri secara singkat dan padat. Menurut Montoya (2006), *personal branding* adalah sebuah seni dalam menarik dan memelihara lebih banyak klien dengan cara membentuk persepsi publik secara aktif.

Salah satu narasumber yang memiliki program dan sering mengisi materi suatu kegiatan sangat cocok dan membutuhkan video *personal branding* ini disetiap materi, program, maupun branding tersendiri. Narasumber berpendapat bahwa dengan adanya video *personal branding* akan membuat audiens merasa lebih dekat dengan narasumberdikarenakan sudah mengetahui dirinya melalui video *personal branding* yang ada. Menurut Plato, bahasa visual merupakan bahasa universal yang tidak terintangi, oleh perbedaan makna kata-kata dari beragam bahasa yang ada di dunia. Ini berarti bahwa bahasa visual mempunyai arti yang sama untuk setiap orang yang menerimanya. Pendapat itu juga menjelaskan bahwa visual lebih mudah dimengerti daripada teks sehingga dengan adanya video *personal branding* akan membantu narasumber dalam *branding* dirinya sendiri.

Permasalahannya adalah kebanyakan video *personal branding* terkadang terus menerus menggunakan teknik dasar yang dinilai terlalu usang Maka dari itu video *personal branding* disarankan menggunakan teknik yang baru dengan memaksimalkan peralatan dan editing yaitu dengan menerapkan teknik *Dolly zoom* dan *editing Time remapping.* Narasumber juga berkata bahwa teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* akan cocok bila diimplementasikan kedalam sebuah video personal branding. *Dolly Zoom*, merupakan gerakan kamera akibat pergantian posisi dari kamera secara horizontal, gerak kamera dengan *dolly zoom* dapat bergerak kemana saja asalkan masih menyentuh permukaan tanah (Pratista, 2017). Teknik ini akan membuat narasumber menjadi fokus utama dikarenakan pemaksimalan potensi dari teknik ini akan membuat objek menjadi lebih difokuskan. Untuk menyempurnakan produksi maka akan digunakan metode bernama MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*), metode ini dipilih dikarenakan membantu proses penyusunan pekerjaan. Untuk pengujian maka akan digunakan pengujian *cohen kappa*.

Berdasarkan permasalahan diatas, Teknik *Dolly zoom* dan *Time remapping* diperkirakan akan cocok bila diimplementasikan dengan sebuah video personal branding dan diharapkan akan menjadi teknik yang nantinya akan lebih sering digunakan dalam pemaksimalan video *personal branding* yang dapat menyelesaikan permasalahan narasumber dalam branding dirinya sendiri maka dari itu judul yang sesuai adalah **“Implementasi Teknik *Dolly zoom* dan *Time remapping* Dalam Produksi Video *Personal branding* dengan Menggunakan Metode MDLC.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang diangkat adalah Bagaimana Implementasi teknik *Dolly zoom* dan *Time remapping* dalam produksi video *personal branding* dengan menggunakan metode MDLC dan menjawab pertanyaan apakah teknik ini bisa diimplementasikan pada sebuah video personal branding.

## 1.3 Batasan Masalah

Diperlukan batasan-batasan masalah yang akan ditentukan sebagai tolak ukur untuk suatu pencapaian target analisis. Berikut adalah Batasan masalah yang bisa diambil:

1. Permasalahan yang dibahas hanya teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* . Jika pada video yang dihasilkan terdapat animasi maka konsep dan proses pengambilan animasi tidak termasuk bahasan.
2. Pada penggunaan metode MDLC dibatasi hanya pada *Concept, Design, Material Collecting, Assembly,* *Testing* dan tidak pada proses Distribusi

## 1.4 Tujuan

Adapun tujuan dalam pembuatan Tugas Akhir ini, yaitu untuk menghasilkan sebuah produk video *personal branding* dengan Teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* menggunakan metode MDLC.

## 1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang bisa diambil dalam tugas akhir ini, sebagai berikut:

1. Mengenalkan proses produksi video *personal branding* dengan teknik *dolly zoom* dan *time remapping* dari pra-produksi hingga pasca produksi dengan metode MDLC
2. Menghasilkan sebuah produk video *personal branding* dengan Teknik *dolly zoom* dan *time remapping*