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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Video iklan TKD Express adalah tugas akhir yang dibuat oleh penulis. Untuk menjadi sebuah tim produksi, penulis sebagai sutradara dibantu oleh ketiga rekan yang juga sedang menjalankan tugas akhir yaitu, Thomas Vilanova sebagai produser, Loren Christian sebagai *editor*, dan juga Kelvin Chandra sebagai *director of photography*.

Penulis menggunakan beberapa metode dalam melaksanakan penelitian yang berhubungan dengan penyutradaraan yaitu dengan metode kualitatif, bertujuan untuk mencari sumber-sumber atau data untuk memperkuat konsep *happiness* dan bagaimana cara membuat sebuah video dengan format musikal. Penulis menggunakan studi literatur untuk mencari teori dari buku. Selain itu penulis sebagai sutradara menggunakan teori tersebut untuk memperkuat penelitian yang berkaitan dengan penyutradaraan. Untuk memperkuat penelitian, penulis juga menggunakan media internet untuk melakukan observasi yaitu mencari acuan video promo iklan yang menggunakan format musikal di media internet, agar penulis dapat gambaran visual yang cocok untuk video iklan TKD Express.

Tahapan berikutnya dilakukan dengan proses diskusi atau wawancara dengan pihak klien TKD Express untuk mendiskusikan apa saja yang harus di persiapkan untuk membuat video iklan TKD Express dengan format musikal

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

kemudian mempersiapkan keperluan shooting seperti peralatan, properti, *talent*, dan *crew* penulis dan produser berdiskusi dengan klien untuk menentukan lokasi mana saja yang akan digunakan untuk proses *shooting* video promosi iklan tersebut

3.1.1. Sinopsis & Latar Belakang Perusahaan

Melihat situasi perkembangan perdagangan elektronik yang semakin meningkat tentunya memberikan dampak besar kepada perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang. Perusahaan TKD Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman yang telah berdiri sejak 2016 yang berarti perusahaan ini telah bergerak kurang lebih sekitar tiga tahun. Perusahaan TKD Express memiliki harapan yaitu dapat memberikan banyak manfaat untuk masyarakat secara luas, contohnya kalangan bisnis baik professional, usaha kecil, menengah, dan perorangan. TKD Express juga memiliki harapan dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah Indonesia dengan dapat menciptakan lapangan pekerjaan di cabang-cabang perusahaan TKD Express di seluruh Indonesia.

Perusahaan TKD Express memiliki visi, visi dari perusahaan TKD Express adalah menjadi perusahaan jasa pengiriman yang terpercaya. Memfokuskan pelayanan yang terbaik, tepat dalam penyampaian kiriman barang dengan selalu menjaga keamanan barang milik pelanggan, menjadi pilihan utama dalam jasa pengiriman yang mampu menangani arus perpindahan barang atau paket pengiriman dengan motto cepat, tepat, terpercaya, dan ekonomis.

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

TKD Express memiliki misi yaitu mengutamakan layanan untuk kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa dari TKD Express, dan membuka jaringan hubungan ke seluruh wilayah di indonesia secara merata. Salah satu misi utama dari TKD Express adalah membantu pemerintah, untuk meningkatkan perekonomian bangsa dengan mengurangi jumlah pengganggguran di Indonesia.

Dalam pembuatan video iklan TKD Express penulis dan klien sepakat dengan ide cerita tentang, dua orang kurir dari TKD Express yang bertugas mengantarkan paket terakhir ke rumah pelanggan. Tetapi kedua kurir tersebut terjebak macet di jalan, sehingga salah satu kurir dari TKD Express memutuskan untuk mengantar paket terakhir tersebut dengan berjalan kaki untuk menunjukkan kesan semangat, senyum, dan *joyful* yang dapat menunjukkan karakter ke perasaan bahagia atau *happiness*. Sehingga cerita dari video iklan TKD Express akan didominasi dengan format musikal secara keseluruhan.

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam proses pembuatan video promosi iklan TKD Express yang berformat musikal, peran dari penulis adalah sebagai sutradara. Sebagai sutradara penulis memiliki tanggung jawab dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Untuk mencapai visi dan misi, penulis berkerjasama dengan *director of photography* untuk merancang *shotlist*, *storyboard*, *floorplan*, yang tepat untuk visual yang di inginkan oleh penulis. Penulis juga berkerjasama dengan koreografer, tujuan penulis berkerjasama dengan koreografer adalah untuk membangun bagaimana sebuah *staging* musikal, dan juga koreografi dapat memvisualkan gerakan atau tarian yang tepat dan sesuai dengan yang

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

direncanakan oleh penulis. Semua ini di rancang agar *project* ini dapat mencapai hasil yang baik terutama dalam pembuatan video promosi iklan TKD Express dengan format musikal.

3.1.3. Peralatan

Dalam produksi sebuah film atau video iklan pastinya dibutuhkan peralatan-peralatan yang digunakan untuk proses *shooting*. Untuk membuat video promosi iklan TKD Express sutradara tentunya membutuhkan berbagai macam peralatan untuk mendukung proses *shooting*, yaitu:

1. Kamera *Sony A7 Mark II*

Gambar 3.1. Kamera *Sony A7 Mark II*

(Sumber: Pricena, 2019)

Penulis dan *director of photography* sepakat untuk menggunakan kamera *Sony A7 Mark II* untuk menjadi alat utama merekam gambar dari visual iklan TKD Express.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2. Lensa

Gambar 3.2. Lensa

(Sumber: Toko Camzone, 2019)

Lensa utama dalam proses *shooting* video promosi iklan musikal TKD Express adalah lensa sony, 16-50mm.

3. Gimbal

Gambar 3.3. Gimbal

(Sumber: Plaza Kamera, 2019)

Penulis dan *director of photography* menggunakan gimbal untuk membantu proses pengambilan gambar, agar gambar yang diambil stabil.

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Karena hampir keseluruhan gambar yang diambil menggunakan teknik pergerakan kamera.

4. *Glidecam*

Gambar 3.4. *Glidecam*

(Sumber: Bhphotovideo, 2019)

Penulis dan *director of photography* tetap menyiapkan cadangan alat apabila gimbal bermasalah atau sedang tidak dapat disewa, agar tidak menjadi kendala ketika proses *shooting* berlangsung.

5. *LED Light*

Gambar 3.5. *LED Light*

(Sumber: Plaza Kamera, 2019)

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Walaupun adegan-adegan dari video promosi iklan TKD Express rata-rata *outdoor*, penulis dan anggota tim tetap menyiapkan lampu tambahan untuk adegan *indoor* ketika kurir mengirim paket ke alamat tujuan.

6. *Light Stand*

Gambar 3.6. *Light Stand*

(Sumber: Amazon, 2019)

Light stand digunakan untuk mendukung *LED light*, untuk mempermudah proses *blocking* lampu.

7. *H4N Zoom*

Gambar 3.7. *H4N Zoom*

(Sumber: Zoom Na, 2019)

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Penulis dan anggota tim menggunakan *H4N Zoom* untuk pengambilan adegan awal dialog karakter utama dan rekannya di mobil, dan juga untuk melakukan *folley*.

8. *Clip On*

Gambar 3.8 *Clip On*

(Sumber: Toko Camzone, 2019)

Clip on digunakan untuk mendukung peran dari *H4N Zoom* agar kualitas suara yang di dapat lebih maksimal.

9. *Drone*

Gambar 3.9. *Drone*

(Sumber: Ebay, 2019)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Penulis memutuskan menggunakan *drone*, karena di adegan terakhir penulis ingin menggunakan *shot bird eye* secara *wide*. Bertujuan untuk menunjukan keseluruhan lingkungan dan kemegahan dan untuk memunculkan logo utama produk TKD Express

3.2. Tahapan Kerja

Penulis sebagai sutradara berharap dapat mewujudkan visi dari sutradara dan juga kepemimpinannya di dalam tim, banyak aspek-aspek yang harus di perhatikan di dalam tahapan kerja antara lain, pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

3.2.1. Pra Produksi

Penulis akan melakukan *minutes of meeting* dengan klien bersama dengan produser dan *crew* penting lainnya untuk membahas jenis iklan seperti apa yang akan dibuat. Penulis melakukan *client brief* dengan klien, yang bertujuan untuk mendapatkan segala informasi mengenai perusahaan dari TKD Express, baik informasi produk, keunggulan dan peran dari TKD Express sendiri dalam bidang jasa pengiriman. Melalui *client brief* penulis ingin memahami tentang perusahaan TKD Express dan juga keinginan klien yaitu mempromosikan produknya dengan iklan yang terkesan modern, lebih dikenal, dan tidak terkesan kuno. Penulis dengan klien memutuskan menggunakan format musikal karena ingin menunjukkan produk dengan sebuah nyanyian atau lirik agar penonton akan selalu ingat produk dari TKD Express. Untuk mendukung format musikal penulis menggunakan konsep *happiness*, karena penulis ingin menunjukkan suasana senang, ceria, semangat, dan optimis di dalam video iklan TKD Express.

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Tahapan berikutnya, penulis sebagai sutradara melakukan riset mengenai musikal, bertujuan untuk menambah gambaran visual apa itu musikal baik secara teater, film, dan iklan, dengan cara melihat film yang juga menggunakan format musikal, dan juga iklan yang menggunakan format musikal sebagai acuan dan pembelajaran bagaimana membuat visual yang baik ketika membuat video dengan format musikal. Kemudian produser akan melakukan perhitungan *budget shooting* agar tidak terjadi masalah pada biaya produksi di kemudian hari. Penulis bersama anggota tim akan mempersiapkan naskah untuk video promosi iklan TKD Express. Produser bertugas mencari lokasi-lokasi yang akan digunakan untuk proses *shooting*.

Penulis dengan produser akan mencari orang yang ahli membuat musik untuk mempersiapkan dan membuat musik untuk video iklan TKD Express. Produser memiliki rekan dari universitas seni musik saja bernama Yosep Celtha. Beliau memang sudah lama menjadi komposer dengan memperlihatkan portofolio musik di iklan-iklan yang pernah beliau buat. Penulis dan anggota tim sepakat beliau adalah orang yang tepat untuk membuat musik untuk video promosi iklan musikal TKD Express. Penulis sebagai sutradara tidak lupa melakukan *briefing* ke beliau untuk menjelaskan musik yang penulis inginkan. Penulis menjelaskan musik yang tepat untuk video promosi iklan TKD Express adalah musik dengan aliran pop dan juga memberikan beberapa acuan video baik film dan juga video iklan lain seperti salah satu adegan di dalam film 500 Days of Summer, dan Love, Simon, sedangkan iklan menggunakan acuan dari video iklan PegiPegi dan Pocky. Penulis dan anggota tim inti membuat lirik dan mengirimkannya kepada beliau

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

agar dapat lebih cepat mengerjakan musik untuk TKD Express. Setelah berjalan dua minggu, beliau mengirimkan hasilnya kepada penulis dan penulis merasa musik yang dibuat beliau masih kurang kuat *beat*-nya sehingga penulis merasa akan sulit membuat adegan menari dengan musik tersebut. Pada akhirnya, penulis berdiskusi dengan tim untuk melakukan revisi musik untuk TKD Express. penulis menuliskan apa saja yang harus direvisi kemudian penulis mengirimkannya melalui email kepada beliau. Penulis memberikan pendapat pertama bahwa musik harus lebih ditambahkan *beat*-nya agar dapat membangun visual musikal dengan tarian. Penulis selalu mengingatkan musiknya harus memiliki energi atau *power* seperti contoh video yang sudah pernah penulis perlihatkan kepada beliau. Musik harus dapat membangun semangat, ceria, dan menarik. Untuk bagian lirik, penulis menyarankan agar beliau dapat mengembangkan liriknya. Penulis memiliki permintaan untuk menambahkan momen dimana karakter utama melakukan tarian sendirian. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana semangat karakter utama dalam menjalani pekerjaannya. Setelah diberi waktu dua minggu, beliau langsung mengerjakan revisi musik TKD Express dan kemudian mengirim ke produser dan penulis, setelah mendengarkan dengan seluruh anggota tim inti, penulis dan tim merasa puas dan lagu yang dibuat sudah tepat untuk video promosi iklan TKD Express, sehingga penulis bisa langsung lanjut membuat koreografinya dengan koreografer.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.10. Koreografer

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam proses produksi video promosi iklan TKD Express yang berformat musikal, koreografi merupakan bagian paling krusial karena dalam video musikal sebuah gerakan yang dibangun haruslah teratur dan sesuai dengan musik yang akan dimainkan dalam video. Penulis sebagai sutradara tentunya tidak mampu memberikan contoh tarian atau koreografi untuk video TKD Express tetapi penulis dapat berkerjasama dengan seorang koreografer yang memang sudah memiliki kemampuan dalam membuat sebuah gerakan yang tepat dan teratur. Penulis memilih koreografer yang memang memiliki hobi *dance* sehingga apabila diberi arahan, tentunya ia akan memahami gerakan apa yang diinginkan oleh penulis. Joshua Vidi Alexander adalah rekan produser dan penulis. Penulis memutuskan beliau sebagai koreografer. Alasan penulis memilih beliau adalah karena beliau memiliki hobi *dance* dan memang sering juga mengikuti lomba-lomba *dance* dan mengisi beberapa acara. Awalnya penulis meng-*casting* beliau

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

untuk menjadi pemeran utama di video promosi iklan TKD Express, tetapi penulis memperhitungkan pemeran lain yang di mana menurut penulis, pemeran lain lebih cocok untuk menjadi pemeran utama. Penulis sebagai sutradara membuat sebuah keputusan lain untuk menjadikan beliau sebagai koreografer di dalam tim produksi video promosi iklan TKD Express. Dengan kemampuan dan komunikasi yang baik beliau, penulis dapat terbantu dalam melakukan proses perancangan tarian, latihan, dan *rehearsal*. Penulis memberikan contoh gerakan dari video acuan seperti adegan musikal dalam film 500 *Days of Summer* dan *Love, Simon*. Acuan lainnya adalah iklan PegiPegi, dan juga Pocky. Setelah itu penulis memberikan lagu utama dari video iklan TKD Express kepada beliau, kemudian beliau membuat gerakan tarian yang tepat tapi sederhana sesuai dengan arahan penulis agar aktor dan *extras* tidak terlalu kesulitan mengaplikasikannya ketika melakukan latihan dan *rehearsal* di dalam proses pra produksi hingga produksi.

Gambar 3.11. Proses Membuat Koreografi dan Latihan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Penulis dibantu produser dalam proses *casting* pemeran utama. Produser dan seluruh anggota *crew* membantu pencarian karakter *extras* karena jumlah yang dibutuhkan terhitung lumayan banyak. Penulis akan melakukan analisa naskah dan berdiskusi dengan koreografer untuk membicarakan tentang *staging* musikal, dan koreografi agar ketika memasuki proses produksi dapat melakukan proses *rehearsal* dengan rapih. Awalnya penulis menjelaskan tariannya dengan musik dari video atau film lain dahulu dikarenakan lagu utama masih dalam proses revisi, setelah musik yang di revisi sudah selesai, penulis langsung menemui kembali koreografer untuk berdiskusi mengenai gerakan sederhana seperti berjalan sambil menari, menyanyi sambil menari, dan gerakan tarian yang dilakukan dengan jumlah orang yang banyak sehingga tepat untuk video iklan musikal TKD Express. ketika pra produksi *art director* memiliki peran untuk mempersiapkan properti, kostum, dan segala hal yang berkaitan dengan *art*. Penulis dengan produser mengatur peminjaman peralatan *shooting* jauh hari sebelum *shooting* hal ini untuk kelancaran proses *shooting*. Pengumuman *casting* atau audisi di lakukan ketika pra produksi. *Director of photography* berkerjasama dengan penulis untuk menyelesaikan *shotlist*, *floorplan*, dan *storyboard.* Lalu menuju lokasi *shooting* untuk melaksanakan *test cam.* Melakukan *Rehearsal* adegan-adegan menari bersama aktor dan *extras*..

3.2.2. Produksi

Pada tahapan produksi, penulis mulai menjalankan peran utama sebagai sutradara yaitu mengarahkan bagaimana aktor dan *extras* di dalam sebuah adegan, *blocking*

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

seperti apa yang akan dilakukan oleh aktor dan juga *extras*, dalam tahapan ini penulis tetap dibantu oleh koreografer dan juga rekan tim lainnya agar visi dan visual yang direncanakan dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan. Penulis melakukan *briefing* untuk *crew*, aktor, dan *extras* sebelum proses *shooting* dimulai.

Tahapan berikutnya penulis melakukan *rehearsal* dan di bantu oleh koregrafer untuk melakukan *rehearsal* adegan tersebut. Penulis mengarahkan aktor baik dari ekspresi, *blocking*, tarian, *gesture*, dan lainnya. Penulis memperhatikan segala detail ketika proses *take* adegan yang telah dimulai dengan selalu mengingatkan aktor untuk memahami konsep *happiness* dengan selalu semangat dan menunjukkan emosi yang positif. Penulis dan *editor* tidak lupa untuk selalu melakukan cek hasil *take* yang sudah diambil dengan cara melakukan *editing* langsung di *on set*, dengan menyambungkan *footage shot* satu ke adegan berikutnya. Penulis sebagai sutradara harus selalu mengajak berdiskusi seluruh anggota *crew*, aktor, dan *extras* agar tetap menjaga *mood* dan tidak menurunkan moral seluruh pihak yang terlibat dalam proses *shooting*.

3.2.3. Pasca Produksi

Setelah masuk ke tahap pasca produksi penulis akan melihat dan mengetahui bahwa rencana visual yang di inginkan oleh penulis di awal tadi, apakah dapat tercapai dengan hasil akhir yang di rencanakan oleh penulis. di dalam tahapan ini penulis sebagai sutradara masih memiliki tugas-tugas. Berikut tugas-tugas penulis sebagai sutradara ketika di tahapan pasca produksi.

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Penulis melakukan pengecekan kembali *footage* dengan bantuan *editor* dan menentukan *footage* mana saja yang akan digunakan, bagian ini bertujuan agar *editor* tidak kesulitan dalam mengambil keputusan dalam pemilihan *footage*. Setelah memilih *footage*, *Editor* mulai menyatukan gambar dan melakukan *sync sound* dari *shot* ke *shot* menjadi sebuah *scene* dan kemudian menjadi sebuah kesatuan yaitu film atau video iklan, dalam tahapan ini penulis terus mengawasi *editor* agar *editor* bisa langsung menanyakan segala hal yang berkaitan dengan *editing* ke penulis. Editor juga melakukan *sync sound* musik dari TKD Express ke visual dari video iklan TKD Express dibantu oleh penulis agar proses *sync sound*-nya tepat. Setelah selesai melakukan tahap *editing* gambar dan *sync sound*, editor melakukan *color grading* untuk visualisasi konsep *happiness*. Kemudian hasil akhir akan di serahkan ke produser, produser dan seluruh anggota *crew* inti akan bertemu dengan klien untuk menunjukkan hasil akhirnya.

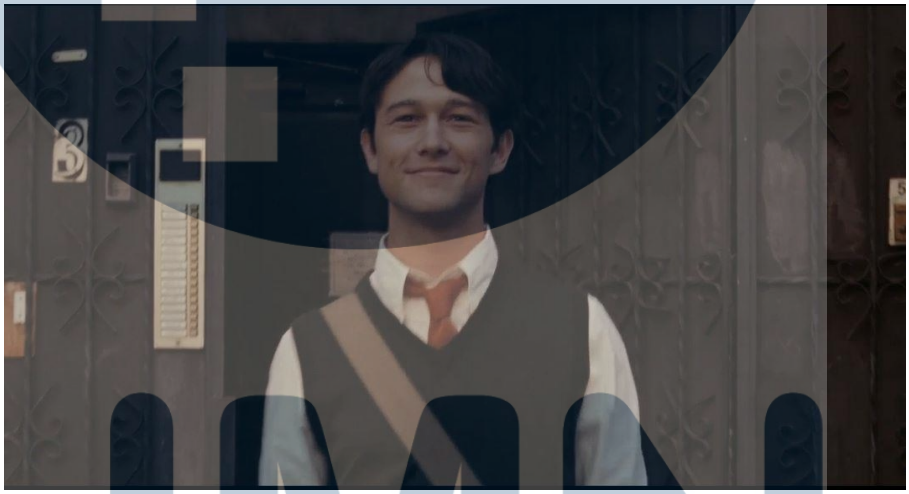
3.3. Acuan

Dalam proses membuat video iklan musikal TKD Express, penulis sebagai sutradara memiliki sejumlah referensi-referensi dari film dan video iklan lain yang di jadikan sebagai acuan, video-video tersebut tentunya memiliki unsur musikal di dalamnya, agar penulis dapat gambaran seperti apa sebuah video musikal dapat dibentuk. Dengan acuan tersebut penulis harapkan dapat menambah informasi dan gambaran bagaimana cara membangun sebuah *staging* musikal, dan juga koreografi yang tepat untuk video iklan TKD Express.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.3.1. Film 500 *Days of Summer*

500 *Days of Summer* merupakan film yang rilis di tahun 2009, memiliki satu adegan yang dimana di adegan tersebut menggunakan konsep musikal oleh karena itu musik di adegan ini menjadi bagian utama di dalam adegannya. Di dalam adegan tersebut juga menampilkan bagaimana karakter sedang mengalami kondisi *happiness* atau merasakan sebuah kebahagiaan, dengan cara si karakter utama berjalan dengan optimis, semangat, dan juga membawa *positive emotion* terhadap lingkungannya.



Gambar 3.12. Adegan awal musikal film 500 *Days of Summer*
(Sumber: Youtube, 2019)

Di dalam adegan menari di film 500 *Days of Summer* teknik yang digunakan adalah teknik pergerakan kamera, Pramaggiore dan Wallis (2008) menjelaskan *camera movement* atau pergerakan kamera merupakan salah satu elemen sinematografi yang dapat memengaruhi makna dari suatu *shot* dan adegan. Pada dasarnya kamera yang statis terkesan tidak spesial, karena membuat penonton seperti melihat kegiatan sehari-hari yang biasa. Sedangkan kamera yang bergerak

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

membuat penonton dapat merasakan dan terlibat dalam kondisi suatu karakter secara fisik dan mental dalam sebuah film (hlm. 146).

Teknik pergerakan kamera memiliki energi sehingga teknik ini tentunya sangat mendukung sebuah video iklan musikal TKD Express yang dimana karakter sedang berjalan membawa paket dari pelanggan untuk diantar ke alamat tujuan. Di dalam film 500 *Days of Summer* juga terdapat *shot* dari atas karakter yang bertujuan untuk menunjukkan adegan orang-orang yang sedang menari bersama karakter utama, penulis akan menggunakan alat *drone* untuk membuat *shot* ini di dalam video iklan TKD Express bertujuan untuk menunjukkan beberapa karakter lain di dalam adegan dan juga menunjukkan sebuah kemegahan.

Gambar 3.13. Adegan menari dalam film 500 *Days of Summer*
(Sumber: Youtube, 2019)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.14. Adegan menari dalam film 500 *Days of Summer*

(Sumber: Youtube, 2019)

3.3.2. Film *Love*, Simon

Gambar 3.15. Adegan menari dalam film Love, Simon

(Sumber: Youtube, 2019)

Di dalam film *Love*, Simon yang rilis di tahun 2018 dalam adegan menari penulis melihat bagaimana karakter utama sangat di dukung oleh *extras* lain dalam melakukan adegan tarian sehingga dapat menunjukkan bahwa karakter

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

utama memberikan *positive emotion, engagement, positive relationships, meaning, dan accomplishment* terhadap lingkungannya. Dan juga melalui adegan menari di dalam film *Love*, Simon peran *art director* jugalah penting, bertujuan untuk menujukkan estetika tersendiri dan bagaimana warna sangat menggambarkan sebuah keceriaan dan kebahagiaan atau *happiness*, melalui warna, properti, dan pakaian.

3.3.3. Iklan Pegi Pegi dan Iklan Pocky

Penulis menggunakan iklan Pegi Pegi dan juga iklan Pocky sebagai acuan lebih kepada musiknya, karena penulis ingin musik menjadi kekuatan utama di dalam video iklan TKD Express, di dalam iklan musikal Pegi Pegi dan Pocky kata-kata dari *brand* mereka selalu di ucapkan berulang ulang kali, sehingga penulis dan anggota tim membuat musik TKD Express juga dengan lirik yang selalu mengulang kata-kata yang menyebutkan brand dari TKD Express itu sendiri hal ini diharapkan agar masyarakat bisa selalu ingat dengan brand atau nama TKD Express, karena di dalam video iklan TKD Express nama *brand* selalu disebutkan sama seperti iklan Pegi Pegi dan juga Pocky. Penulis juga menggunakan adegan jalanan macet dan menggunakan acuan dari video iklan Pocky dan tarian sederhana yang ada di dalam iklan Pocky tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Peran Sutradara dalam..., Nirvana Julio Dewantoro, FSD UMN, 2019

Gambar 3.16. Adegan menari dalam iklan Pegi Pegi

(Sumber: Youtube, 2019)

Gambar 3.17. Adegan menari dalam iklan Pegi Pegi

(Sumber: Youtube, 2019)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA