



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.

DAFTAR PUSTAKA

- Altstiel. (2010). *Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design*. London: SAGE Publications
- Ambarawati, D. (2007). Antara Desainer Interior dan Dekorator Interior: Studi Perbandingan. *Desainer Interior*, 11.
[http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Dwi Retno Sri Ambarawati, S.Sn, M.Sn/ANTARA DESAIN INTERIOR DAN DEKORASI INTERIOR.pdf](http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Dwi%20Retno%20Sri%20Ambarawati,%20S.Sn,%20M.Sn/ANTARA%20DESAIN%20INTERIOR%20DAN%20DEKORASI%20INTERIOR.pdf)
- Armayanti, N. (2012). *Kepercayaan*.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31537/4/Chapter%20II.pdf>
- Author's Guide. *Periklanan*, 9-10.
<http://e-journal.uajy.ac.id/1577/3/2EM16385.pdf>
- Author's Guide. (2016). *Bank J Trust Indonesia*. Diunduh dari
https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_J_Trust_Indonesia
- Author's Guide. (2016). *Creative Director*. Diunduh dari
https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_director
- Author's Guide. (2016). *Penelitian Kualitatif*. Diunduh dari
https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif
- Author's Guide. (2015). *Pengertian Profesional*. Diunduh dari
http://sumberfkip.blogspot.co.id/2015/09/Pengertian-Profesional_11.html

Cury, I. (2005). *TV Commercials; How to Make Them or How Big is The Boat?*.

United States: Focal Press

Griffiths, A. (2006). *101 Ways to Advertise Your Business*. Australia:

McPhersons's Printing Group

Imam, A. (2015). *Konsep Adalah? Apa Itu Konsep? Ini Penjelasan Mengenai Arti*

Konsep. Diunduh dari <http://www.kuliah.info/2015/05/konsep-adalah-apa-itu-konsep-ini.html>

Kustadi Suhandang. (2004). *Pengantar Jurnalistik : Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa

Moorman, C. (1993). *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*.

United States: American Marketing Association

Nimah, Z. (2013). *Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pemahaman*

Shalat Fardlu pada Siswa Kelas II MI Al-Muhajidin Gumelar Adiwerna Tegal, 16 - 17. <http://digilib.uinsby.ac.id/10922/5/bab%202.pdf>

Nufus, N.C. (2013). *Creative Brief*. Diunduh dari

<http://studyingcommunication.blogspot.co.id/2013/03/creative-brief.html?m=1>
gemapariwara.blogspot.co.id/2011/02/strategi-iklan-marketing-brief-creative.html?m=1

Octarina, B. (2012). *Pengertian Teamwork*.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/34112/4/Chapter%20II.pdf>

Ogilvy, D. (2007). *Ogilvy on Advertising*. London: Carlton Publishing Group

Prakoso, P.G. (2014). *5 Tips Membuat Video Iklan yang Efektif*. Diunduh dari

<http://blog.maxyart.com/2014/04/14/5-tips-membuat-video-iklan-yang-efektif/>

Rachmawati, I.N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif:

Wawancara. *Prosedur Wawancara*, 11, 39.

http://jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/viewFile/184/pdf_80

Salsabilia, N. (2013). *Pengertian Desain Interior*. Diunduh dari

<http://interiordesainadia.blogspot.co.id/2013/03/pengertian-desain-interior.html>

Sunyono. (2011). Teknik Wawancara (*Interview*) dalam Penelitian Kualitatif.

Pengertian dan Macam-Macam Wawancara.

<https://sunyonoms.files.wordpress.com/2013/09/paper-mata-kuliah-penelitian-kualitatif.pdf>

Santosa, T. (2011). Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pada Kura-

Kura Ocean Park Jepara Jawa Tengah.

http://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_08.12.3442.pdf

Saputra, A.P. (2011). *Pengertian Video*. Diunduh dari

<http://putraarifxmb.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-video.html>

Sururi. (2002). *Pengembangan Visi Sekolah; Meningkatkan Profesionalisasi Guru*

Dan Kepala Sekolah.

http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDIDIKAN/197

011091998021-

SURURI/mklh_abmas_PROFESIONALISASI_TENAGA_KEPENDIDIKAN.

pdf

Sweetow, S. (2011). *Corporate Video Production Beyond the Board Room (And Out of the Bored Room)*. United States: Focal Press

Tohir, M. (2014). *Pengertian Iklan*. Diunduh dari

<http://www.lebahmaster.com/pengertian-iklan/>

UMMN

LAMPIRAN A: *Creative Brief*

Date 11 April 2016

CREATIVE BRIEF

Name
PT. Satu Desaino Internusa

Agency

Client Product Project Name

Susantyo Dewanto Video Iklan Video Iklan PT. Satu Desaino Internusa

Background/Overview

Background perusahaan kami adalah konsultan arsitek dan desain interior

Who are your competitor ?

Semua perusahaan konsultan desain interior di Indonesia adalah pesaing kami

What is the key benefit of your product over your competitors

Kami bekerja dengan 'hati', menumbuhkan kepercayaan dengan klien, dan profesional serta teamwork yang baik

01

Purpose/Objective/Goal

Konsep desain adalah nomor satu, proses desain adalah yang terpenting, dan hasil desain adalah target kami

What's the single most important to say

"We can do it!"

What are the supporting rational and emotional ' reasons to believe and buy? '

Seperti jawaban nomor 3, Kami bekerja dengan 'hati', kepercayaan dengan klien, dan profesional serta teamwork yang baik

What else will assist creative development ?

PT. DANGarch Consultants yang berlokasi di Singapura

Target Audience

- > Para pemilik hotel bintang 3 & 4
- > Arsitektur
- > Investor perumahan dan apartemen
- > Desain interior

02

UMMN

Schedule

Kegiatan	September						
	8	17	18	20	24	25	26
Pre-produksi	■	■					
Produksi			■	■	■		
Post-production						■	■

Keterangan :

1. Pre-production : Bertemu dengan klien, membahas konsep video dengan klien, menentukan tanggal syuting video
2. Production : Syuting video
3. Post-production : Editing (rough & final cut video)

UMMN

The IDEA

Rencananya, konsep video ini adalah teamwork, dimana akan dimasukan empat tahap kerja perusahaan, yaitu preliminary conceptual design, design development, working drawing dan spesifikasi teknik dan check on site. Selain itu, juga memperlihatkan proyek-proyek yang dikerjakan PT. Satu Desaino Internusa



LAMPIRAN B: Transkrip Wawancara *Owner* PT. Satu Desaindo Internusa

Nama Narasumber: Bapak Susatyo Dewantono

Tempat/Tanggal lahir: Jakarta, 10 Januari 1967

Pekerjaan: *Owner* PT. Satu Desaindo Internusa

Tanggal Wawancara: 2 September 2016

Jam: 09.00 – 10.00

Tempat Wawancara: PT. Satu Desaindo Internusa

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, kita sudah melakukan *creative brief* dan didapat ada tiga konsep, yaitu *teamwork*, kepercayaan, dan profesional. Untuk video iklan SDI, Anda setuju memakai konsep *teamwork*?

Narasumber: Iya.

Pewawancara: Boleh dijelaskan alasannya?

Narasumber: Karena perusahaan saya sangat mengutamakan *teamwork* antar karyawan SDI, dan saya sendiri juga ingin tahap kerja perusahaan SDI yang memperlihatkan *teamwork* antara saya dan karyawan saya ada di video iklan yang akan Anda buat.

Pewawancara: Oke, terima kasih atas jawaban Anda.



LAMPIRAN C: Transkrip Wawancara Calon Klien PT. Satu Desaindo

Internusa dan Ahli *Visual*

Nama Narasumber: Rezky Annisa, S.Ds., M.Ds.

Tempat/Tanggal lahir: Jakarta, 2 Januari 1989

Pekerjaan: Dosen desain interior Universitas Trisakti Jakarta dan desainer interior
(Pernah bekerja sebagai tim kreatif 'Trans TV' di tahun 2011)

Tanggal Wawancara: 4 September 2016

Jam: 09.00 – 10.00

Tempat Wawancara: Universitas Trisakti Jakarta

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang, sebelumnya saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Narasumber: (Setelah menonton video iklan yang pertama) ini video yang pertama ya.

Pewawancara: Iya, ini yang kedua.

Narasumber: (Setelah menonton video iklan yang kedua) Oke, yang ini lebih singkat ya.

Pewawancara: Iya, lebih singkat. Kalau yang ketiga lebih panjang kayak yang pertama.

Pewawancara: (Setelah menonton video iklan yang ketiga) Oke, itu semuanya. Terus pertanyaannya, video iklan mana yang Anda pilih?

Narasumber: Oke, ini kan kebetulan perusahaannya di bidang jasa yang berbeda-beda ya. Kalau menurut saya, emang kita nggak tahu ini video iklan perusahaan apa, orang awam istilah kasarnya. Kalau saya *prefer* yang kedua (video iklan *Pro IT*).

Pewawancara: Alasannya?

Narasumber: Alasannya, nggak tau ya video iklan ini dimana, di TV mungkin, kita yang tadinya nggak *ngeh* ini tentang apa, langsung *ngeh* dari pengambilan gambarnya, langsung benar-benar ke *IT*, dari *zoom*-nya, kabel-kabelnya, dan segala macamnya, lebih jelas. Kalau yang pertama, tentang *bank* ya. Melihat awalnya, ada *plus-minus*-nya sih, *plus*-nya saya suka transisinya. Dari awal dia muter berpelukan sama istri, terus jadi karyawan bank, saya suka, tetapi minus-nya kurang nyambung yang awalnya laut buat iklan bank, mungkin buat logonya kali ya. Ketiga, saya senang sih, tapi lebih suka yang kedua, yang *Pro IT* karena langsung *ngeh*, ini tentang *IT*, singkat, dan nggak kelamaan.

Pewawancara: Kalau misalkan dilihat dari konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang anda pilih?

Narasumber: Maaf, apa aja tadi?

Pewawancara: Konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang Anda pilih?

Narasumber: Yang ketiga, profesional.

Pewawancara: Apa alasan anda memilih itu?

Narasumber: Profesional alasannya mungkin untuk perusahaan alasannya lebih ke *trust* ya, *teamwork*, dan kedua apa tadi?

Pewawancara: Kepercayaan?

Narasumber: Iya, kayaknya itu tidak penting. Menurut saya lebih ke *trust* sih.

Pewawancara: Ini kalau anda liat, apa ini juga konsep *teamwork*?

Narasumber: *Teamwork*? Sesuai?

Pewawancara: Iya?

Narasumber: Iya

Pewawancara: Apa alasannya?

Narasumber: Ini menampilkan gimana dia berkembang, bagaimana dia memperhatikan karyawannya, ada tulisan *employment*-nya. Saat karyawan ada di lapangan, bagaimana dia memperhatikan

kliennya. Dari itu, saya lebih ke profesional. Tapi secara iklan, saya lebih suka yang kedua sih.

Pewawancara: Kalau melihat video iklan yang kedua, bisa Anda lihat adanya konsep *teamwork* dan profesional, Anda suka melihat dari konsep yang mana?

Narasumber: Profesional.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Nama Narasumber: Atridia Wilastrina, S.Sn., S.Ds.

Tempat/Tanggal lahir: Bandung, 8 Desember 1963

Pekerjaan: Dosen desain interior Universitas Trisakti Jakarta dan desainer interior

Tanggal Wawancara: 4 September 2016

Jam: 09.00 – 10.00

Tempat Wawancara: Universitas Trisakti Jakarta

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang.

Narasumber: Selamat siang.

Pewawancara: Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Pewawancara: (Setelah melihat ketiga video iklan) Iya itu semua, menurut Anda mana yang paling menarik?

Narasumber: Kalau menurut saya pribadi, saya lebih suka video *Pro IT*, yang kedua. Ada sisi-sisi apa ya, estetikanya lebih pendek, tapi singkat, kuat, yang lain bagus-bagus ya, tapi mungkin karena fokusnya lebih ini ya, lebih bagus semua, tapi nggak ada yang 'gigit' ya. Kalau yang *Pro IT*, detail-detailnya banyak, sehingga menarik dari awal sampai akhir.

Pewawancara: Jadi jelas apa yang dia kerjakan ya?

Narasumber: Iya, dan kalau yang lain terlalu panjang dan terlalu banyak cerita. Kalau *Pro IT* singkat, tapi fokus. Kalau saya lebih kesitu ya. Mungkin kalau yang satu dan tiga lebih profesional dari pekerjaan mereka. Kalau *Pro IT*, lebih ke *teamwork*, tapi tetap profesional juga terlihat. Ditambah, ada estetikanya jadi lebih bagus.

Pewawancara: Tadi Anda bilang itu *teamwork* ya? Kenapa itu sangat menggambarkan *teamwork* menurut Anda?

Narasumber: Hm.. karena disitu satu sama lain saling terkait. Kalau yang profesional lebih sendiri-sendiri. Kalau yang *Pro It* saling dekat, berhubungan dan saling memperkuat untuk mencapai tujuan, kesannya begitu.

Narasumber: Oh, begitu.

Pewawancara: Cukup?

Narasumber: Oke, cukup.

Nama Narasumber: Dra. Tetty Sekaryati, M.Sn.

Tempat/Tanggal lahir: Bandung, 5 Maret 1950

Pekerjaan: Dosen desain interior Universitas Trisakti Jakarta

Tanggal Wawancara: 4 September 2016

Jam: 09.00 – 10.00

Tempat Wawancara: Universitas Trisakti Jakarta

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin

mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Narasumber: (Setelah melihat ketiga video iklan) Yang kedua belum ketangkep. Kalau yang pertama profesionalisme ya, profesionalitas.

Pewawancara: Menurut Anda mana yang paling menarik?

Narasumber: Yang paling menarik?

Pewawancara: Iya, yang paling menarik.

Narasumber: Yang pertama (Perusahaan *J Trust*).

Pewawancara: Yang pertama ya. Alasannya?

Narasumber: Yang pertama itu jelas ya, bisa ketangkep oleh orang awam bahwa dia ke arahnya, arah iklannya jelas. Yang kedua, saya terus terang nggak bisa nangkep. Yang ketiga, lebih ke *teamwork*, jadi menjelaskan sesuatu itu harus dikerjakan bersama. Tapi, yang paling menarik, yang paling jelas, yang pertama.

Pewawancara: Menurut Anda, ini apakah konsep *teamwork*, profesional?

Narasumber: Profesional.

Pewawancara: Boleh dikasih tau alasannya?

Narasumber: Karena disini apa ya, lebih mengundang kepercayaan orang ya, lebih percaya ke dia ya, jadi kepercayaan itu lebih kepada apa ya,

berdasarkan profesionalisme seseorang. Kalau kita mengatasi sesuatu secara professional, orang akan lebih percaya, Apa ya, lebih memberikan kepercayaan, itu aja sih.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Nama Narasumber: Dr. Cama Juli Rianingrum, S.Sn., M.Si.

Tempat/Tanggal lahir: Banjarbaru, 31 Juli 1968

Pekerjaan: Dosen desain interior Universitas Trisakti Jakarta dan pemilik kamar apartemen *Mediterrania Garden Residents* (Indonesia)

Tanggal Wawancara: 4 September 2016

Jam: 17.30

Tempat Wawancara: Rumah narasumber

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Pewawancara: (Setelah menonton video ketiga) Jadi, video iklan mana yang Anda pilih?

Narasumber: Ketiga (Video Iklan *Tech TV*). Karena paling menarik, sistem pembuatannya menarik. Kalau yang pertama, terlalu panjang, bertele-tele, kalau kedua singkat banget, saya tidak mendapat apa maksud video iklan tersebut. Ketiga, paling menarik, tersampaikan maksudnya.

Pewawancara: Kalau dilihat dari konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang Anda pilih dan apa alasannya?

Narasumber: Kalau untuk itu, nomer satu karena memang kelihatan *teamwork*-nya walaupun terlalu panjang.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Nama Narasumber: Hidayat, S.Si.

Tempat/Tanggal lahir: Jakarta, 16 Juni 1967

Pekerjaan: Pemilik kamar apartemen *Mediterrania Garden Residents* (Indonesia)

Tanggal Wawancara: 4 September 2016

Jam: 18.30

Tempat Wawancara: Rumah narasumber

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Pewawancara: (Setelah menonton video pertama) Ini video kedua.

Pewawancara: (Setelah menonton video kedua) Ini video terakhir.

Pewawancara: (Setelah menonton video ketiga) Itu yang terakhir, pertanyaan saya, video mana yang Anda pilih? Dan apa alasannya?

Narasumber: Dipilih video pertama (video iklan *J Trust*) karena disitu ada alam sama modern, jadi bahasanya nyambung, jadi lebih mengena, lebih masuk, sama yang ketiga. Yang ketiga alam dan modern kelasnya beda karena kelasnya sudah lebih tinggi yang ketiga.

Pewawancara: Jika dilihat dari konsep, *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang Anda pilih?

Narasumber: Yang saya pilih nomer satu karena dari iklan itu menarik dan ada damai, musiknya juga membawa jiwa jadi tenang, ada kepercayaan pada iklan itu.

Pewawancara: Maaf, maksud saya kalau dari konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang Anda pilih?

Narasumber: *Teamwork* karena dari modern dari pertama mengena, kompak.

Pewawancara: Kompak apanya?

Narasumber: Jadi, lebih jelas cara kerjanya juga bahasanya juga dimengerti.

Pewawancara: Oh, jadi kompak satu sama lain?

Narasumber: Iya, jadi membuat kita jadi nyambung sama *teamwork* itu.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Narasumber: Oke.

Nama Narasumber: Silmi Hannanisa, S.Kom.

Tempat/Tanggal lahir: Jakarta, 5 April 1994

Pekerjaan: *Finance Analyst* di PT. Shopee Indonesia

Tanggal Wawancara: 3 September 2016

Jam: 12.00

Tempat Wawancara: Rumah narasumber

Topik Wawancara: Konsep video Iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Pewawancara: (Setelah menonton video pertama) Lalu, ini yang kedua.

Narasumber: Ini baru ya?

Pewawancara: Iya.

Pewawancara: Terus ini yang terakhir.

Pewawancara: (Setelah menonton video ketiga) Pertanyaan saya, video mana yang Anda pilih dan apa alasannya?

Narasumber: Yang terakhir, yang ketiga (video iklan *Tech TV*).

Pewawancara: Kenapa?

Narasumber: Keren, seriusan. Kalau yang pertama, bagus, unik, nyambung *scene*-nya bagus. Kalau yang kedua, singkat banget, nggak terlalu *deliver company*-nya dengan jelas. Kalau yang ketiga, jelas gitu, tanpa kata-kata. Yang bangunan yang ketiga kan, kalau yang pertama kan ada omongannya, kalau yang ketiga tanpa 'blablabla', pakai gambar, nggak tau ya ini konstruksi atau apa, tapi ke-*deliver company*-nya. Orang bingung nangkap apa gara-gara iklan ada yang ngomong, terlalu panjang. Yang pertama dan kedua kan ada omongan, yang

kedua omongannya singkat, ini iklan ngomong apa sih. Kalau yang less, yang kedua, yang medium, yang ketiga sih.

Pewawancara: Kalau dilihat dari konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional, mana yang Anda pilih dan apa alasannya?

Narasumber: *One by one* atau ketiganya?

Pewawancara: Misalnya dari video ketiga, konsepnya apa?

Narasumber: Yang pertama nunjukin profesional karena nunjukin banget *value-*

Pewawancara: Maaf dipotong, maksud saya video yang Anda pilih.

Narasumber: Oh.. yang ketiga, gue dapetnya yang profesional sama apa yang tadi?

Pewawancara: Kepercayaan?

Narasumber: Iya, dapet sih dua-duanya, profesional sama kepercayaan.

Pewawancara: Oke. Itu saja?

Narasumber: Kalau nanya alasannya, *teamwork* ada sih, tapi hanya sekian persen sepuluhlah, kalau yang paling gede sih, profesional dan kepercayaan imbang sih, tapi yang paling gede profesional, keren sih, konsepnya, kepercayaan keliatan orangnya sih, produknya apa aja, 'blablabla', kayak gitu sih.

Pewawancara: Oke, terima kasih. Sebelumnya *Tech TV* itu perusahaan bikin video.

Narasumber: Oh.. gue kira kontruksi.

Nama Narasumber: Rezky Ikhwanie, A.Md.

Tempat/Tanggal lahir: Jakarta, 30 Mei 1995

Pekerjaan: *Graphic Illustrator* di PT. Multi Visi Paragon

Tanggal Wawancara: 3 September 2016

Jam: 12.00

Tempat Wawancara: Rumah narasumber

Topik Wawancara: Konsep video iklan

Pewawancara: Selamat siang. Sebelumnya, saya perkenalkan nama saya Nadya Andari. Untuk menemui kebutuhan Tugas Akhir (TA) saya, saya ingin mewancarai Anda. Pertama, saya akan memperlihatkan tiga video iklan. Tolong pilih satu video yang menurut Anda menarik.

Pewawancara: (Setelah menonton video iklan pertama) Ini yang kedua sekarang.

Pewawancara: (Setelah menonton video iklan pertama) Lalu ini yang terakhir.

Narasumber: Kayak video iklan ya.

Narasumber: (Saat menonton video ketiga) Kayak iklan Sinar Mas ya.

Narasumber: (Setelah menonton video iklan ketiga) Ini acara TV?

Pewawancara: Ini *Tech TV*.

Narasumber: Oh..

Pewawancara: Oke, pertanyaan saya video mana yang Anda pilih dan apa alasannya?

Narasumber: Hem.. gue tadi nonton ketiga itu, gue demen yang ini, ini *Tech TV*.

Pewawancara: *Tech TV* apa alasannya?

Narasumber: Kalau dibandingkan, maaf, gue jelasinnya dari *personal* atau *statement* lu itu, konsep..?

Pewawancara: Boleh dari konsep *teamwork*, kepercayaan, dan profesional mana yang Anda pilih dan apa alasannya?

Narasumber: Oh.. gue memilih *Tech TV* itu karena.. *teamwork* sih ya.

Pewawancara: Alasannya?

Narasumber: Alasannya karena itu kan gue liat orang-orang disitu kerjanya, *teamwork*-nya bagus, keseluruhan, apa kegiatan mereka, terus apa ya.. gimana ya ngomongnya, pokoknya secara keseluruhan yang gue tonton dari kegiatan, terus tentang apa ini ya?

Pewawancara: Kerja mereka?

Narasumber: Iya, kinerja mereka bagus. Kalau gue bandingkan yang pertama bagus, cuman.. kalau kedua itu apa yang mau gue liat ya, pendek begitu apa yang mau gue liat kedua.

Pewawancara: Jadi, Anda suka yang *teamwork* ya? Video iklan yang menunjukkan *teamwork*?

Narasumber: Betul sekali.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Narasumber: Iya, sama-sama.



KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI
 PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
 UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



NAMA : Nadlya Andari P.
 NIM : 13120210411
 DOSEN PEMBIMBING : Bpk. Bisma F. Santogodi
 SEMESTER : 7
 TAHUN AKADEMIK : 2016-2017

NO	TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN	
			MAHASISWA	PEMBIMBING TA/SKRIPSI
1	24 Agustus 2016	Konsultasi konsep video		
2	8 September 2016	Konsultasi konsep & laporan TA		
3	20 September 2016	Konsultasi laporan TA		
4	4 Oktober 2016	Konsultasi video & laporan TA		
5	8 / 11 '2016	Konsultasi bab 1 & 2		
6	10 / 11 '2016	Konsultasi bab 3 & 4		
7	10 / 11 '2016	Konsultasi bab 3 & 4		
8	19 / 11 '2016	Konsultasi video		

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI
 PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
 UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



NAMA : Nadya Andari P-
 NIM : 13120210411
 DOSEN PEMBIMBING : Pak Bisma F. Santabudi
 SEMESTER : 7
 TAHUN AKADEMIK : 2016 - 2017

NO	TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN	
			MAHASISWA	PEMBIMBING TA/SKRIPSI
1	5/12 '16	Konsultasi bab 3 & 4		
2	8/12 '16	Konsultasi bab 3		
3	13/12 '16	Konsultasi bab 4		
4	17/12 '16	Konsultasi video		
5	19/1 '17	Konsultasi bab 4		
6				
7				
8				