



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 V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada proses perancangan *korean fashion film* iklan Youngwoong, penulis sebagai *creative director* dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Tahapan awal dari perancangan sebuah konsep, *client brief* adalah acuan *creative director* dalam keinginan klien. Selain itu target market *brand* juga berpengaruh dalam proses pembuatan konsep. Konsep *korean fashion film* ini sangat tepat dengan target market Youngwoong yang merupakan perempuan, 18-25 tahun dan *B to B+*.
2. Penulis memilih konsep *korean fashion film* karena *fashion film* merupakan media yang tepat untuk menunjukkan pesan yang ada di balik desain produk *brand* Youngwoong. Tipe *narrative fashion film* yang digunakan adalah *drawing a personality* yang mengenalkan cerita dan pesan tersebut dan menyelipkan karakter *brand* Youngwoong yang unik dan *colorful* kepada konsumen *brand* Youngwoong.
3. Konsep *korean fashion film* yang memiliki kata kunci nostalgia dan reuni yang diperlihatkan melalui *storyline*. *Storyline* cerita merupakan pertemuan dua orang sahabat lama. *Storyline* ini terdiri dari plot-plot yang dibagi menjadi tiga babak untuk mengatur jalan cerita disetiap episodenya. Dengan pembagian ini mempermudah *creative director* untuk menempatkan *hook, suspense, plot and twist* serta *cliffhanger* yang tepat dalam bagian *storyline* sehingga masyarakat menonton episode pertama hingga episode kedua.

4. *Director's treatment* mempermudah *creative director* dalam menunjukkan konsep *korean fashion film* seperti apa yang diinginkan. Dengan tema reuni dan nostalgia, aspek lain seperti *moodboard*, *cast*, *wardrobe* dan *make-up*, *setting* dan artistik, tata cahaya dan kamera, *color palette*, suara dan musik mengikuti dan mendukung tema dan *storyline* tersebut. *Breakdown* ini mempermudah untuk kru lain memahami konsep yang diinginkan.
5. Pada saat proses produksi, *creative director* memastikan konsep yang telah dirancang pada saat pra produksi terimplementasikan dengan baik. Proses *editing* dan proses *grading* yang menghasilkan warna sesuai dengan apa yang sudah dirancang hingga tercipta satu kesatuan konsep *korean fashion film* yang harmoni.

5.2 Saran

Berdasarkan dari pengalaman yang telah dialami oleh penulis sebagai *creative director* dalam proses perancangan konsep *korean fashion film* dalam video Youngwoong, penulis memberikan beberapa saran yang baiknya diterapkan untuk memberikan hasil yang lebih maksimal dalam tahap produksi. Saran – saran itu adalah:

1. Bagi penulis

Dalam perancangan konsep *korean fashion film* yang baik, perlunya hubungan yang baik antara penulis dan klien agar penyampaian ide dan kebutuhan klien dalam *client brief*. *Creative director* juga harus mampu memahami kebutuhan klien sehingga video iklan yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan klien serta dapat mendatangkan keuntungan bagi klien.

2. Bagi orang lain

Hal penting yang perlu diperhatikan oleh *creative director* selain merancang konsep adalah etika dan komunikasi yang baik dalam memahami dan menyampaikan ide dan pemikiran yang ada. *Creative director* juga harus mampu membangun relasi kerja yang baik dengan kru produksi lainnya sehingga menjabaran konsep yang telah dirancang dapat tersampaikan dan terimplementasikan dengan baik dalam video.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Video iklan yang telah dirancang dan diproduksi oleh mahasiswa/i merupakan cara yang tepat untuk menunjukan serta memperlihatkan kredibilitas kampus Universitas Multimedia Nusantara kepada masyarakat luar mengenai kualitas alumni dalam dunia profesional. Dengan ini masyarakat dapat menilai cara pengajaran kampus dalam hal kesiapan serta sikap profesional mahasiswa/i nya dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Dengan demikian, proses pembuatan video iklan sebagai tugas akhir ini adalah langkah yang tepat dalam mempersiapkan diri menuju dunia profesional yang sesungguhnya