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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam karya tulis skripsi penciptaan ini penulis berperan sebagai *creative director* yang bertugas untuk melakukan perancangan video komersial FYC Footwear dengan konsep *brand image youthful*. Perancangan konsep *youthful* melalui beberapa proses. Proses dimulai dari wawancara bersama *client* dan menghasilkan *client brief*. Dilanjutkan oleh proses *brainstorming* untuk menemukan ide, lalu ide tersebut dikembangkan menjadi *creative brief*. Dalam proses *creative brief*, konsep *youthful* digunakan sebagai konsep utama dari video komersial, teori tentang tokoh dan *form and style* digunakan sebagai teori pendukung dan diaplikasikan ke dalam video komersial.

Setelah menyelesaikan penulisan karya tulis ini, penulis menyadari betapa pentingnya peran *creative director* dalam pembentukan video komersial. Terlebih lagi dalam peranannya untuk membuat sebuah konsep untuk *brand image* sebuah video komersial yang dituju. Pada proses kreatif, *client brief* dan *creative brief* merupakan dua hal yang vital dalam pembentukan video komersial. Salah satu perubahan di antara dua *brief* tersebut akan memberikan banyak dampak pada proses kreatif video komersial. Selain itu, penentuan konsep visual dalam *creative brief* yang berupa satu *keyword* dapat menjadi jantung dari konsep kreatif yang digunakan sebagai patokan dan bertujuan untuk memudahkan alur perjalanan konsep kreatif dari awal hingga akhir.

Dalam proses perancangan visual konsep *youthful*, dibutuhkan banyak fakta pendukung yang dihasilkan dari teori pendukung. Dalam karya ini, teori SWOT dan STP digunakan sebagai teori pendukung untuk menemukan fakta tentang FYC Footwear. Konsep *youthful* di dalam penulisan ini menjadi konsep visual utama yang dipengaruhi oleh hasil riset *brand* serta mempengaruhi pergerakan *creative director* dalam setiap tahap proses kreatif ke depannya. Konsep visual ini akan mempengaruhi *creative director* dari pemilihan bentuk *framework* hingga elemen-elemen kreatif di dalamnya sehingga pada akhirnya *creative director* mampu untuk mewujudkan *brand image* untuk FYC Footwear di video komersial yang diproduksi.

5.2. Saran

Penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan dalam menulis karya tulis skripsi penciptaan ini. Dalam mengerjakan karya tulis ini, penulis membutuhkan banyak sekali materi pendukung. Maka dari itu, perlulah pemanfaatan waktu luang untuk mencari materi pendukung yang sebanyak-banyaknya. Materi pendukung untuk pembuatan video komersial tidak hanya berpusat pada teori film, melainkan melainkan teori psikologi, *marketing* dan seni lainnya pula.

Perlu diingat bahwa lebih banyak materi pendukung pembuatan video komersial di *internet* dibandingkan jurnal dan buku. Maka dari itu fakta ini bisa menjadi pemicu kecurangan atau sebaliknya mengajak generasi kreatif yang baru untuk memperbanyak dan mengembangkan materi tentang video komersial dalam

bentuk buku atau jurnal. Selain itu, sebagai penulis diharapkan tidak melupakan visi dan misi yang telah ditetapkan pada awal proses penulisan. Sehingga, visi dan misi dapat divisualisasikan dalam melakukan pekerjaannya dan menjadi pemicu atau penentu apakah pekerjaan yang telah dilakukan sesuai dengan keinginan awal atau terjadi banyak perubahan positif maupun negatif.

Dalam proses kreatif, sebagai *creative director* ataupun peranan lain diharapkan mengerti bidang serta batasan kerjaan peranan-peranan tertentu sehingga pekerjaan kelompok kerja bisa lebih terstruktur, mengerti satu sama lain, dan bertanggung jawab pada pekerjaannya. *Creative director* sebagai peranan utama dari proses kreatif hendaknya dapat mengontrol pihak-pihak yang di bawah bimbingannya dengan baik serta dapat membantu satu sama lain dalam mengerjakan pekerjaannya. *Creative director* yang *open-minded* dan menerima saran atau ide dari orang lain akan dipermudah pekerjaannya dibandingkan hanya ada satu orang yang berpikir untuk seluruh proses.