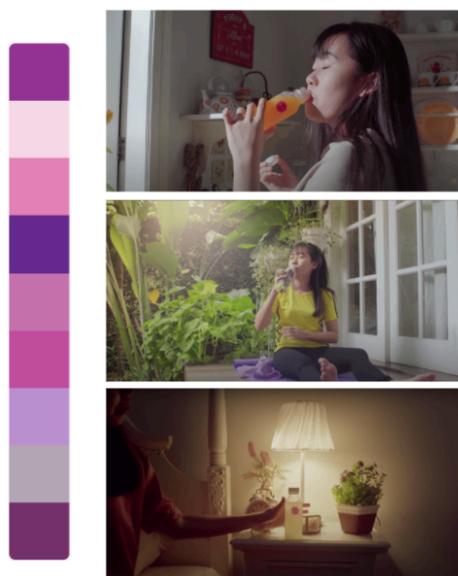


e. *Scene* 8 (Dapur)

Kembali kepada set dapur masih tetap sama menerapkan warna ungu pada *set props* dapur. Namun, pada *scene* 8 properti botol minuman Re.Juve menjadi *hand props*. Warna ungu pada *scene* 8 yaitu logo Re.Juve.

Pada *scene* pertengahan (*scene* 8) hingga *scene* akhir (*scene* 12), perubahan pada karakter mulai terasa. Botol Re.Juve menjadi *hand props*.



Gambar 5.8. Penerapan warna ungu pada properti
(Dokumentasi Perusahaan Re.Juve)

Dari *scene* tersebut, memiliki *goals* Re.Juve membawa pengaruh untuk perubahan besar pada hidup karakter. Penonton merasakan bahwa produk Re.Juve yang praktis untuk dikonsumsi setiap saat. Seperti yang dikatakan oleh Keding & Bivins (1992), iklan merupakan metode paling efektif untuk publik sebagai bentuk penjualan yang persuasif dan mudah diingat. Warna ungu sebagai aksen utama Re.Juve dengan warna kuning atau oranye (produk botol Re.Juve) disatukan dalam *set*, properti, dan *wardrobe*.

6. KESIMPULAN

Pembuatan video iklan akan berjalan dengan adanya *teamwork*. *Client* akan melihat bagaimana kreatifitas tim dari praproduksi hingga pascaproduksi. Dalam

hal periklanan, penulis menjelaskan bahwa *art director* bertanggungjawab untuk merealisasikan visual artistik dari naskah dan hasil *brainstorming* dari sutradara dengan *client*. Penulis bertugas sebagai *art director* yang bekerja dari tahap pra produksi hingga produksi. Penulis akan menunjukkan bagaimana penerapan *art reference* yang berdasarkan *creative brief* dalam perancangan tata artistik pada video iklan Re.Juve. Selanjutnya, tahap pasca produksi, penulis melakukan pertemuan secara daring.

Konsep perancangan artistik pada iklan ini menerapkan teori *art reference* yang berdasarkan *creative brief*, yang digunakan sebagai pedoman oleh penulis beserta tim untuk pembuatan iklan, dan warna ungu sebagai aksen utama dan *art reference* yang digunakan ialah minimalis. Dalam iklan Re.Juve, warna ungu harus berada di sekitar atau dipakai oleh karakter utama. Pemakaian *art reference* minimalis dan warna ungu menjadi penyempurna visualisasi dari video iklan Re.Juve. Pada scene terakhir, tujuannya adalah Re.Juve dapat memberikan perubahan yang baik pada hidup karakter utama. Maka dari itu, penonton akan merasakan bahwa produk Re.Juve praktis untuk dikonsumsi setiap saat. Iklan yang dibuat ini diharapkan menjadi metode yang efektif untuk mengenalkan produk pada publik dengan cara yang persuasif dan mudah diingat.

Dari keseluruhan proses yang dilalui dalam penelitian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian dengan topik yang sama. Selain itu, hasil penelitian juga dapat digunakan oleh *client* yang ingin membuat iklan dengan menambahkan unsur artistik. Di samping itu, penelitian ini mengalami keterbatasan referensi yang membahas *art reference*, maka peneliti selanjutnya dapat menggunakan sub topik yang lainnya.