

**PERAN DIRECTOR DALAM MENERAPKAN  
KONSEP DELIGHT PADA PEMBUATAN VIDEO  
PROMOSI AYU BAKERY & CAKE**

**Skripsi Penciptaan**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Devara Ega Hermana  
NIM : 00000018670  
Program Studi : Film  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2019**

# LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devara Ega Hermana

NIM : 00000018670

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi:

**PERAN DIRECTOR DALAM MENERAPKAN  
KONSEP DELIGHT PADA PEMBUATAN VIDEO  
PROMOSI AYU BAKERY & CAKE**

dengan ini menyatakan bahwa, Skripsi dan karya penciptaan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar Sarjana Seni (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 September 2019



Devara Ega Hermana

# HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PERAN DIRECTOR DALAM MENERAPKAN**  
**KONSEP DELIGHT PADA PEMBUATAN VIDEO**  
**PROMOSI AYU BAKERY & CAKE**

Oleh

Nama : Devara Ega Hermana

NIM : 00000018670

Program Studi : Film

Fakultas : Seni & Desain

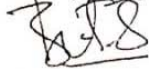
Tangerang, 10 Oktober 2019

Pembimbing



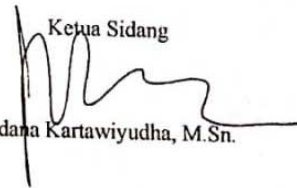
Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

Penguji




Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn.

Ketua Sidang



Perdana Kartawiyudha, M.Sn.

Ketua Program Studi



Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

## **KATA PENGANTAR**

Penulis memilih untuk melakukan pembahasan mengenai peran director dalam pembuatan video promosi Ayu Bakery & Cake karena penulis merasa tertarik akan seperti apa peran director ketika bekerja pada pembuatan video promosi. Penulis banyak mendengar berbagai hal menarik yang dapat dieksplor oleh sutradara dalam membuat video promosi, hal ini yang mendorong dan menantang penulis untuk mencoba untuk menjadi director dalam sebuah pembuatan video promosi.

Menurut penulis peran dalam menjadi seorang director dalam produksi video promosi akan menjadi sebuah penulisan yang cukup menari dan juga bermanfaat bagi banyak orang untuk dibaca. Dalam laporan Tugas Akhir ini penulis menceritakan tentang apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab yang ditanggung director dalam mengatur sebuah tim produksi. Penulisan ini akan sangat berguna untuk para director yang ingin tahu seperti apa pekerjaan seorang director Corporate Video atau bahkan ingin mencoba untuk menjadi seorang director Corporate Video

Menurut penulis dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang director, banyak tantangan dan kejadian yang menarik dalam proses pembuatan video promosi yang dibuatnya. Penulis berharap dengan penulisan laporan ini semoga dapat bermanfaat untuk para director yang ingin mencoba pengetahuannya di bidang Corporate Video.

Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk pembimbing dan juga teman – teman yang sudah membantu penulis selama masa pembuatan laporan

Tugas Akhir diantaranya:

1. Kus Sudarsono S.E., M.Sn. selaku ketua program studi film dan dosen pembimbing
2. Perdana Kartawiyudha, M.Sn. selaku Ketua Sidang
3. Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn. selaku Penguji
4. Pihak-pihak yang langsung terkait dengan proses penulisan Skripsi
5. Orang tua penulis yang sudah memberikan support secara materi dan mental.

Tangerang, 24 September 2019

Devara Ega Hermana

## ABSTRAKSI

Iklan merupakan salah satu media yang digunakan dalam melakukan promosi sebuah perusahaan. Dengan era digital yang sedang berkembang dengan pesat, pemanfaatan iklan menggunakan video kepada masyarakat akan lebih mudah untuk meraih perhatian dari masyarakat. Untuk membuat sebuah video iklan dibutuhkan sebuah tim produksi yang diarahkan dan diatur oleh seorang sutradara.

Sutradara memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengarahkan tim produksi dan juga aktor yang ada di dalam suatu produksi. Sutradara juga harus memiliki suatu gagasan dan konsep yang dirasa tepat dan sesuai apa yang diperlukan untuk dapat menghasilkan iklan yang terbaik bagi perusahaan.

Penentuan konsep dan ide menjadi kunci dalam kesuksesan sebuah iklan. Penelitian perlu dilakukan dengan *client* untuk mendapatkan informasi – informasi penting tentang latar belakang perusahaan yang dibuatkan video promosinya sehingga hasilnya tepat guna dengan apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan tentang produknya.

Setelah menentukan konsep, perancangan *mise en scene* perlu dilakukan dengan baik. Setiap aspek yang ada di dalam suatu frame dapat memberikan pesan yang dibutuhkan untuk menunjang konsep dan juga ide yang telah dibuat oleh sutradara.

Kata kunci: Iklan, sutradara, konsep, mise en scene

## **ABSTRACT**

*Commercials is one of the tools that is used to promote a company. In this digital era, commercials on social media is more beneficial and its easier and more convinent for people to see it on social media and grab their attention. To make this commercials, production team and a director are needed.*

*Director have a task and a responsibility to lead the production team and also actor in a production. Director will also need a concept that is necessary and fits the companies needs.*

*Choosing a concept is one of the essential things when making a commercial. Research about the client is important. to know what information they have about the company and their background so that the director and the team know what concept should they create.*

*After the concept is set, director have to create a mise en scene. Every aspect on the frame in the commercial video is important. It can deliver the suiting message that is needed by the company for thei consumers and made the concept and ideas stronger.*

*Keywords: Commercial, director, concept, mise en scene*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Skripsi.....	3
1.5. Manfaat Skripsi.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Promosi.....	5
2.1.1. Tujuan Promosi.....	5
2.1.2. Iklan.....	7

2.2. Corporate Video Director .....	8
2.3. Client Brief .....	9
2.3.1. Creative Brief .....	9
2.3.2. SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, Threats).....	11
2.4. Konsep.....	12
2.4.1. Delight.....	13
2.4.2. Costumer's Delight .....	13
2.5. Director's Treatment.....	14
2.6. Mise en Scene .....	15
2.6.1. Close Up Shot .....	16
2.6.2. Warm Color .....	17
2.6.3. Visual Perception of Wood.....	18
2.7. Moodboard .....	18
2.8. Storyboard .....	19
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>21</b>
3.1. Gambaran Umum.....	21
3.1.1. Sinopsis .....	21
3.1.2. Client Profile .....	22
3.1.3. Posisi Penulis.....	23
3.1.4. Client Brief.....	23
3.1.5. Peralatan.....	24
3.2. Tahapan Kerja.....	24

3.2.1. Pra Produksi.....	24
3.2.2. Produksi.....	25
3.2.3. Pasca Produksi.....	25
3.3. <i>Director's Treatment</i> .....	25
3.4. <i>Moodboard</i> .....	31
3.5. Acuan .....	33
3.5.1. Iklan “Holland Bakery” .....	33
3.5.2. Film “Harold & Kumar go to White Castle .....	35
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>	<b>37</b>
4.1. Analisis <i>SWOT</i> dari <i>Client Brief</i> “Ayu Bakery & Cake” .....	37
4.2. Analisis Iklan <i>Brand Makanan</i> yang Menggunakan <i>Delight</i> .....	42
4.3. Analisis <i>Creative Brief</i> untuk Menentukan Konsep <i>Delight</i> .....	51
4.4. <i>Mise en Scene</i> dalam Video Promosi “Ayu Bakery & Cake”.....	55
4.5. Storyboard .....	57
4.6. Penerapan <i>Delight</i> saat Masa Produksi .....	64
4.7. Penerapan <i>Delight</i> saat Masa Pasca Produksi .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>XIV</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Director’s Treatment hlm. 1 .....	26
Gambar 3.2. Director’s Treatment hlm. 2 .....	27
Gambar 3.3. Director’s Treatment hlm. 3 .....	28
Gambar 3.4. Director’s Treatment hlm. 4 .....	29
Gambar 3.5. Director’s Treatment hlm. 5 .....	30
Gambar 3.6. Director’s Treatment hlm. 6 .....	31
Gambar 3.7. Moodboard .....	32
Gambar 3.8. Adegan kue pada iklan “Holland Bakery” .....	34
Gambar 3.9. Adegan roti pada iklan “Holland Bakery” .....	34
Gambar 3.10. Adegan Harold makan .....	36
Gambar 3.11. Adegan Kumar makan .....	36
Gambar 4.1. <i>Client brief</i> “Ayu Bakery & Cake” hlm.1 .....	38
Gambar 4.2. <i>Client brief</i> “Ayu Bakery & Cake” hlm.2 .....	39
Gambar 4.3. <i>Top Brand Index Bread Talk</i> .....	42
Gambar 4.4. <i>Top Brand Index</i> Sari Roti.....	43
Gambar 4.5. <i>Top Brand Index KFC &amp; McDonalds</i> .....	44
Gambar 4.6. <i>Shot</i> produk di iklan <i>Bread Talk</i> .....	43
Gambar 4.7. <i>Shot</i> reaksi di iklan <i>Bread Talk</i> .....	43
Gambar 4.8. <i>Shot</i> produk di iklan Sari Roti .....	44
Gambar 4.9. <i>Two Shot</i> produk di iklan Sari Roti .....	44
Gambar 4.10. <i>Shot</i> produk di iklan <i>KFC</i> .....	45
Gambar 4.11. <i>Shot</i> reaksi di iklan <i>KFC</i> .....	46

Gambar 4.12. <i>Shot</i> produk di iklan <i>McDonalds</i> .....	47
Gambar 4.13. <i>Shot</i> reaksi di iklan <i>McDonalds</i> .....	47
Gambar 4.14. <i>Creative brief</i> “Ayu Bakery & Cake” hlm.1 .....	49
Gambar 4.15. <i>Creative brief</i> “Ayu Bakery & Cake” hlm.2.....	50
Gambar 4.16. <i>Set Scene 2</i> .....	53
Gambar 4.17. <i>Storyboard</i> hlm. 1 .....	55
Gambar 4.18. <i>Storyboard</i> hlm. 2 .....	56
Gambar 4.19. <i>Storyboard</i> hlm. 3 .....	57
Gambar 4.20. <i>Storyboard</i> hlm. 4 .....	58
Gambar 4.21. Shot 4 Scene 2 .....	59
Gambar 4.22. Shot 6 Scene 2 .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil SWOT.....	39
----------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN A: CLIENT BRIEF HLM. 1.....</b>	<b>XVII</b>
<b>LAMPIRAN B: CLIENT BRIEF HLM. 2.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>LAMPIRAN C: ABSEN BIMBINGAN HLM.1 .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>LAMPIRAN D: ABSEN BIMBINGAN HLM. 2 .....</b>	<b>XVIII</b>