

6. KESIMPULAN

Dalam iklan komersial CTK Softlens ini, penulis yang berperan sebagai *creative director* memahami bahwa *creative director* berperan dengan sangat krusial dan penting dalam proses visualisasi *mood* warna *Korean style*. Penulis mendapatkan sebuah tanggung jawab dimana *creative director* harus mencari lingkup referensi yang kompleks dan selalu berfokus pada visualisasi yang menggambarkan budaya Korea. Pada proses pembuatan dan perancangan referensi *creative director* juga bertanggung jawab atas pengaplikasian konsep *mood* warna *Korean style* dari awal produksi di mulai. Penulis juga memahami bahwa proses *pre-production* adalah tahap yang paling penting untuk merancangnya, pada saat *pre-production* seluruh aspek penting harus terealisasi dengan baik. Pertama-tama, pastinya yang terpenting adalah *client brief*. Melalui *client brief*, maka penulis dapat menentukan konsep yang tepat untuk visualisasi *mood* warna yang menggambarkan budaya Korea.

Visualisasi *mood* warna *Korean style* dalam iklan komersial CTK kemudian direalisasikan dengan cara memilih tata pencahayaan yang tepat agar mampu menghasilkan *mood* yang sesuai dengan referensi dan perencanaan awal. Ketika sebuah pencahayaan mampu dan berhasil menggambarkan *mood* yang ingin dihasilkan maka aspek warna akan membawa *mood* tersebut dan menjadi lebih hidup serta pada akhirnya akan mampu untuk memberikan kesan dan emosi visual yang akan dirasakan oleh *audience*.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A