



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.

**PERAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM MEMBUAT KONSEP
PADA VIDEO IKLAN PT. SATU DESAINDO INTERNUSA**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Nadya Andari Putri
NIM : 13120210411
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Andari Putri

NIM : 13120210411

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

**PERAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM MEMBUAT KONSEP PADA
VIDEO IKLAN PT. SATU DESAINDO INTERNUSA**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir 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 Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Januari 2017



Nadya Andari Putri



UMMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Peran *Creative Director* dalam Membuat Konsep pada Video Iklan PT. Satu Desaindo Internusa

Oleh

Nama : Nadya Andari Putri

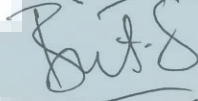
NIM : 13120210411

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 30 Januari 2017

Pembimbing I



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

Penguji



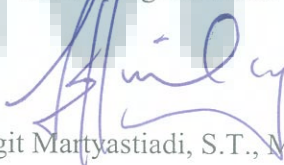
Ari Dina Krestiwawan, S.Sos., M.Sn.

Ketua Sidang



Kemal Hasan, S.T., M.Sn.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Sebelumnya, saya panjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena sudah menyertai selama proses pembuatan laporan Tugas Akhir saya yang berjudul ‘Peran *Creative Director* dalam Membuat Konsep pada Video Iklan PT. Satu Desaino Internusa’. Berkat-Nya, laporan ini dapat selesai dengan tepat waktu.

Saya tertarik untuk membuat penulisan laporan tentang peran *creative director* dalam membuat konsep pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa karena saya sendiri dipercaya oleh klien untuk membuat video iklan perusahaannya dengan konsep yang tepat dan dapat menarik calon klien.

Saya berharap dengan saya membuat laporan ini, saya dapat mengetahui apa yang harus dilakukan sebagai *creative director* dan video iklan yang dibuat dapat memenuhi ekspektasi klien. Sejujurnya, ini pengalaman pertama saya menjadi *creative director* dan membuat sebuah video iklan.

Saya belajar banyak dari Tugas Akhir (TA) ini bagaimana menjadi seorang *creative director* yang baik dan dapat bekerja sama dengan klien sehingga dapat menciptakan video iklan yang diinginkan. Laporan ini dibuat dengan sebaik-baiknya dan diharapkan tulisan ini memudahkan pembaca untuk lebih memahami isi laporan dan mengerti pesan yang ingin disampaikan oleh penulis.

Semoga dengan adanya laporan Tugas Akhir ini, apa yang diharapkan oleh peneliti ke depannya dapat terwujud. Saya mohon maaf bila banyak kekurangan yang terdapat di laporan ini. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku ketua program studi DKV.
2. Bapak Bisma F. Santabudi, S.Sos., M.Sn. selaku pembimbing TA saya.
3. Bapak Susatyo Dewantono, S.Sn.; klien yang sudah saya anggap sebagai bapak saya sendiri.
4. Nico teman TA saya dan teman-teman kuliah.
5. Orang tua yang selalu mendukung saya selama proses pembuatan TA dan laporan ini.

Tangerang, 5 Januari 2017



Nadya Andari Putri

UMMN

ABSTRAKSI

Creative director adalah seseorang yang terlibat dalam sebuah produksi video iklan. Tugas *Creative director* adalah membuat konsep yang tepat untuk sebuah video iklan. Dalam penelitian ini, klien adalah seorang desainer interior yang merupakan pemilik dari sebuah kantor konsultan desain interior, PT. Satu Desaino Internusa.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permintaan klien untuk membuat video iklan PT. Satu Desaino Internusa. Klien adalah orang awam dalam bidang pembuatan video iklan, maka *creative director* diminta dapat membuat video iklan PT. Satu Desaino Internusa dengan konsep yang tepat yang ditentukan lewat *creative brief* dan wawancara.

Penelitian ini merupakan metode penelitian studi kepustakaan dan wawancara. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari buku-buku, internet, atau media lain yang berkaitan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sebagai penunjang dalam pengambilan teori dasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penulis sebagai seorang *creative director* dapat membuat konsep yang tepat pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa.

Kata kunci: *Creative Director*, Konsep, *Teamwork*, Kepercayaan, Profesional, Video Iklan, *Creative Brief*, Wawancara

UMMN

ABSTRACT

Creative director is someone who is involved in an advertising video production. Creative director creates a right concept of video ads. In this study, the client is an interior designer who is the owner of an interior design consultant office, PT. Satu Desaindo Internusa.

This research is motivated by the client's request to create a video of PT. Satu Desaindo Internusa. The client is a layman in the field of making video ad, the creative director was asked to create a video ad with a right concept that is determined by creative brief and interview.

This study is a research method literature study and interviews. Methods of data collection is done by studying books, internet, and other media related to and in accordance with the purpose of research. Collecting data in this study as a support in making the basic theory.

This study aims to find out how I (the researcher) as a creative director can create a right concept of the video ads.

Key concept: Creative Director, Concept, Teamwork, Trust, Professional, TV Commercial, Creative Brief, Interview

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	XIII
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. <i>Creative Director</i>	6
2.1.1. Definisi <i>Creative Director</i>	6
2.1.2. Peran <i>Creative Director</i>	7

2.2.	Konsep	9
2.2.1.	Definisi Konsep.....	9
2.3.	Video Iklan.....	10
2.3.1.	Definisi Video	10
2.3.2.	Definisi Iklan.....	11
2.3.3.	Definisi Video Iklan.....	12
2.3.4.	Tahap Membuat Video Iklan	13
2.4.	<i>Teamwork</i>	15
2.4.1.	Definisi <i>Teamwork</i>	15
2.4.2.	Jenis <i>Teamwork</i>	16
2.5.	Kepercayaan.....	19
2.5.1.	Definisi Kepercayaan	19
2.5.2.	Dimensi Kepercayaan	19
2.6.	Profesional	21
2.6.1.	Definisi Profesional.....	21
2.6.2.	Ciri-Ciri Profesional.....	22
2.7.	<i>Creative Brief</i>	22

2.7.1. Definisi <i>Creative Brief</i>	23
2.8. Wawancara.....	24
2.8.1. Definisi Wawancara.....	24
2.8.2. Jenis-Jenis Wawancara.....	24
2.8.3. Tahap Wawancara.....	25
BAB III METODOLOGI.....	27
3.1. Gambaran Umum.....	27
3.1.1. Sinopsis.....	28
3.1.2. Posisi Penulis.....	28
3.1.3. Peralatan.....	29
3.2. Tahapan Kerja.....	29
3.3. Acuan.....	32
BAB IV ANALISIS.....	35
4.1. Analisis <i>Creative Brief</i>	35
4.1.1. Mempersiapkan <i>Creative Brief</i>	35
4.1.2. Menganalisa Jawaban <i>Creative Brief</i>	36
4.1.3. <i>Brainstorming</i>	39

4.1.4.	Menganalisa Konsep	39
4.2.	Analisis Peran <i>Creative Director</i>	39
4.2.1.	Mencari dan Memilih Perusahaan Sebagai Studi Kasus.....	39
4.2.2.	Membentuk Tim untuk Mulai Pembuatan Video Iklan.	40
4.2.3.	Melakukan Studi Literatur	40
4.2.4.	Mengumpulkan Data Berkaitan dengan PT. Satu Desaino Internusa Sebagai Objek Penelitian.....	40
4.2.5.	Mempersiapkan <i>Creative Brief</i> dan <i>Brainstorming</i>	41
4.2.6.	Menentukan Konsep Dari <i>Creative Brief</i>	41
4.2.7.	Uji Konsep Pada Objek Penelitian: Melakukan Observasi Penelitian (PT. Satu Desaino Internusa)	41
4.3.	Analisis Wawancara	41
4.3.1.	Mencari dan Menentukan Refrensi Video Iklan Perusahaan Lain Untuk Wawancara.....	42
4.3.2.	Profil Narasumber (Calon Klien PT. Satu Desaino Internusa dan Ahli <i>Visual</i>)	43
4.3.3.	Mempersiapkan Pertanyaan Wawancara	44
4.3.4.	Wawancara <i>Owner</i> PT. Satu Desaino Internusa (Klien)	45

4.3.5. Wawancara Calon Klien PT. Satu Desaino Internusa.....	46
4.3.6. Wawancara Ahli <i>Visual</i>	48
4.4. Pengamatan Langsung di Lapangan (Observasi).....	50
BAB V PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	XV

UMMN

DAFTAR GAMBAR

3.3.1. Video Cara Membuat Konsep Video Iklan.....	32
3.3.2. Video Iklan dengan Konsep <i>Teamwork</i>	32
3.3.3. Video Iklan dengan Konsep Kepercayaan.....	33
3.3.4. Video Iklan dengan Konsep Profesional.....	33
4.4. Tahap Kerja Perusahaan Pertama.....	50
4.4. Tahap Kerja Perusahaan Kedua.....	51
4.4. Tahap Kerja Perusahaan Ketiga.....	51
4.4. Tahap Kerja Perusahaan Keempat.....	52

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: *CREATIVE BRIEF* XIX

LAMPIRAN B: TRANSKRIP WAWANCARA *OWNER* PT. SATU

DESAINDO INTERNUSA XXIII

LAMPIRAN C: TRANSKRIP WAWANCARA CALON KLIEN PT. SATU

DESAINDO INTERNUSA DAN AHLI *VISUAL*.....XXV



UMN