



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Creative director merupakan seseorang yang bekerja di sebuah biro iklan dan mempunyai peran penting dalam pembuatan sebuah video iklan. *Creative director* berperan sebagai seorang pemimpin dalam tim kreatif dan bertanggung jawab dalam membuat dan menentukan konsep yang tepat yang akan diterapkan dalam sebuah video iklan agar sesuai dengan tujuan pembuatan video tersebut, yaitu dapat menjadi media promosi yang mencerminkan citra sebuah perusahaan dan produk barang atau jasa yang dijualnya dapat menarik minat konsumen lebih banyak.

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dibuat untuk mengajak konsumen agar mau membeli suatu barang atau jasa yang dijual suatu perusahaan. Video iklan adalah sebuah usaha promosi dalam bentuk video berupa gambar bergerak yang memiliki tema yang menceritakan produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut. Video iklan selayaknya dapat menampilkan keunikan, kekhasan, kekuatan, atau hal-hal lain sebagai fokus yang menjadi kelebihan dari produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan sehingga menarik minat calon konsumen atau klien.

Salah satu perusahaan yang membutuhkan media promosi adalah PT. Satu Desaino Internusa, sebuah kantor konsultan yang bergerak dalam jasa perancangan desain ruang dalam bangunan (desain interior). Perusahaan ini sudah

berusia kurang lebih lima tahun yang pada awalnya bernama DDA (*Dang Design Associate*). PT. Satu Desaino Internusa (SDI) merupakan perusahaan *associate* dari DDA yang berlokasi di Singapura yang sudah cukup dikenal dan memiliki klien cukup banyak.

Pada perkembangannya, PT. DDA berganti nama menjadi SDI karena adanya perubahan kepemilikan perusahaan pada pihak lain, yaitu Bapak Susatyo Dewantono, SSn. selaku *owner* baru di Indonesia. Untuk lebih mengembangkan perusahaannya, *owner* ingin agar citra perusahaannya lebih dikenal dengan baik oleh masyarakat secara luas dan di sisi lain juga berharap bisa menambah klien untuk memakai jasa perusahaannya. Maka, diperlukan suatu media promosi yang tepat yang sesuai dengan keinginan *owner* (klien). Media promosi dalam bentuk video iklan dirasa paling tepat untuk menyampaikan citra dan produk jasa perusahaan pada masyarakat umum dan calon klien.

Untuk membuat sebuah video iklan yang tepat dalam mempromosikan produknya, *owner* sebagai klien membutuhkan seorang *creative director* untuk membuat konsep yang tepat pada video iklan tersebut. Klien sebagai orang awam mengenai pembuatan video iklan, maka tugas *creative director* adalah membantu agar dapat mewujudkan keinginan klien dalam mempromosikan produk jasa perusahaannya.

Penulis selaku *creative director* dalam proses membuat konsep pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa melakukan beberapa tahap penelitian, yaitu:

- Melakukan studi literatur sebagai landasan pengetahuan sebelum terjun ke lapangan agar sesuai dengan tujuan penelitian.
- Mempersiapkan daftar pertanyaan konsep kreatif (*creative brief*) untuk mendapatkan gagasan atau ide-ide kreatif untuk membuat konsep video iklan perusahaan secara tepat.
- Kemudian, melakukan *brainstorming* untuk mengetahui konsep apa yang sesuai dengan keinginan klien dan sesuai konsep kreatif (*creative brief*) sebagai panduan dalam membuat konsep video iklan.
- Tahap selanjutnya, melakukan wawancara ke beberapa narasumber, seperti ahli *visual* untuk menguji konsep-konsep yang ada dan mendapatkan masukan konsep video iklan sebuah perusahaan yang paling menarik.
- Observasi (pengamatan langsung di PT. Satu Desaino Internusa) juga diperlukan untuk mengetahui citra perusahaan yang mau ditampilkan pada video iklan perusahaan.

Hasil akhir yang diharapkan pada akhir penelitian ini berupa sebuah konsep pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa yang tepat dan sesuai dengan keinginan klien. Adapun konsep terpilih yang tertuang dalam *creative brief* dan hasil wawancara dengan narasumber.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penting untuk mengkaji bagaimana peran seorang *creative director* dalam membuat sebuah konsep yang tepat pada video iklan PT Satu Desaino Internusa sebagai sebuah kantor konsultan desain interior yang bagus dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *creative director* dalam membuat konsep pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa?
2. Bagaimana konsep yang tepat pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada laporan Tugas Akhir ini adalah peran *creative director* dalam pembuatan konsep video iklan pada PT Satu Desaino Internusa yang tepat berdasarkan teori-teori yang berkaitan agar tepat sasaran dan dapat menambah jumlah klien.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Penelitian dalam proyek Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui peran *creative director* dalam membuat konsep yang tepat pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

a. Bagi Penulis

Laporan Tugas Akhir (TA) ini dibuat sebagai syarat kelulusan penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Seni dari Universitas Multimedia Nusantara.

b. Bagi Orang Lain dan Ilmu Pengetahuan

Tugas Akhir ini dibuat untuk memperkaya teori-teori pembuatan video iklan dan dapat menambah pengetahuan baru bagi masyarakat umum, dan bagi *creative director* serta *owner* PT. Satu Desaino Internusa secara khusus, mengenai bagaimana konsep yang tepat pada sebuah video iklan agar dapat menarik konsumen atau calon klien untuk membeli barang atau jasa dari perusahaan terkait.

c. Bagi UMN

Laporan Tugas Akhir ini dibuat untuk menambah koleksi penemuan ilmu pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kredibilitas UMN.