



### **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 V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Peran penulis sebagai *creative director* yang terpenting selain memimpin tim desain (kreatif), ialah membuat konsep pada video iklan PT. Satu Desaino Internusa dengan *creative brief*. Selain itu, studi literatur menjadi penting untuk penulis sebagai landasan pengetahuan sebelum mengerjakan *creative brief*.

Dari *creative brief*, penulis mendapatkan tiga konsep, yaitu *teamwork*, kepercayaan, dan profesional. Penulis juga melakukan wawancara klien, calon klien PT. Satu Desaino Internusa dan ahli *visual* untuk mengetahui konsep video iklan yang tepat dan dapat menarik calon klien PT. Satu Desaino Internusa. Dari sembilan orang, enam orang memilih konsep *teamwork* dan tiga orang memilih konsep profesional.

Penulis memutuskan video iklan PT. Satu Desaino Internusa memakai konsep *teamwork*. Selain melihat hasil *creative brief* dan wawancara yang sudah dilakukan, penulis juga melakukan observasi untuk melihat kerja klien dan karyawannya di perusahaan sebagai citra perusahaan yang akan ditampilkan pada video iklan perusahaan.

#### 5.2. Saran

Tugas seorang *creative director* adalah menentukan konsep yang tepat pada sebuah video iklan. Disini, tugas penulis sebagai *creative director* adalah

menentukan konsep video iklan PT. Satu Desaino Internusa yang tepat dan dapat menarik calon klien. Selain membuat *creative brief* dan wawancara klien, penulis juga harus wawancara calon klien PT. Satu Desaino Internusa dan ahli *visual* yang memerlukan persiapan cukup lama, dari mencari video iklan perusahaan lain sebagai referensi untuk *interview*, membuat janji temu, menyiapkan pertanyaan, dll.

Hal ini penting selain untuk mengetahui konsep video iklan PT. Satu Desaino Internusa yang tepat, juga untuk mengetahui bagaimana membuat video iklan yang dapat menarik calon klien. Berikut ini adalah saran-saran dari penulis untuk *creative director* agar mendapatkan konsep yang diinginkan pada sebuah video iklan, yaitu:

1. Pertama, persiapkan *creative brief* untuk klien. *Creative brief* sangat berguna untuk mendapatkan konsep video iklan suatu perusahaan (klien) yang akan dibuat. Selain itu, juga penting untuk melakukan studi literatur terlebih dahulu berkaitan dengan peran *creative director* sebelum terjun ke lapangan.
2. Setelah *creative brief*, seorang *creative director* harus *brainstorming* dengan bertemu teman satu tim dan membicarakan konsep apa yang tepat untuk video iklan yang dibuat.
3. Selain wawancara dengan klien, sebaiknya juga melakukan wawancara dengan orang lain, yaitu calon klien perusahaan yang akan dibuat video iklannya. Hal ini berguna untuk mengetahui konsep video iklan

perusahaan tersebut yang dapat menarik calon klien agar mau membeli barang atau jasa yang dijual. Karena calon klien adalah orang awam yang tidak telalu mengerti tentang video iklan, sebaiknya *creative director* memperlihatkan video iklan perusahaan lain yang sesuai dengan konsep yang didapat dari *creative brief* sebagai referensi wawancara dengan mereka. Siapkan pertanyaan wawancara yang dapat dimengerti oleh calon klien (narasumber).

4. Observasi juga penting dilakukan untuk mengetahui citra perusahaan yang akan ditampilkan pada video iklan perusahaan yang akan dibuat.

UMMN