



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

PERANAN SUTRADARA DALAM PEMBUATAN IKLAN

IWEARBANANA

Skripsi Penciptaan

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Aulia Rizsa Wirizqi

NIM : 00000018557

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Rizsa Wirizqi

NIM : 00000018557

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi :

PERANAN SUTRADARA DALAM PEMBUATAN IKLAN

IWEARBANANA

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, 5 Januari 2018



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PERANAN SUTRADARA DALAM PEMBUATAN IKLAN

IWEARBANANA

Oleh

Nama : Aulia Rizsa Wirizqi

NIM : 00000018557

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 22 Januari 2018

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Dra. Setianingsih Purnomo, M.A.

Pengaji

Perdana Kartawiyudha, M.Sn.

Ketua Sidang

Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A.

Ketua Program Studi

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

MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penciptaan yang berjudul Peranan Sutradara Dalam Pembuatan Iklan Iwearbanana. Skripsi ini merupakan persyaratan kelulusan pada Program Studi Film dan Televisi Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis merasa topik mengenai pembuatan iklan tersebut penting dan perlu dibaca oleh orang lain karena penulis yakin dengan perkembangan zaman yang begitu cepat, perilaku masyarakat akan mengalami perubahan gaya hidup. Perubahan tersebut tentu akan memberikan dampak kreatif pada karya komersial. Sebagai pencipta karya, tentunya penulis harus mempelajari selera masyarakat dan memahami iklan seperti apa yang dapat dikonsumsi masyarakat dengan baik. Penulis berharap pencipta karya yang bekerja didunia periklanan tidak hanya membuat video iklan yang biasa, namun dapat membuat video iklan yang baik, serta sesuai dengan *target audience*.

Penulis mengetahui riset oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengenai usia produktif Indonesia. Jika dilihat dari perbandingan usia produktif, antara 16-64 tahun, seperti yang ditetapkan pemerintah, maka sebanyak 50% dari penduduk usia produktif tersebut adalah *millennials* (16-36 tahun). Perkembangan jumlah tersebut akan menjadi lebih signifikan lagi dalam perekonomian Indonesia dan akan menciptakan nilai ekonomi bagi negara lainnya. Dengan peristiwa tersebut, tidaklah heran jika melihat banyak produk lokal yang dikembangkan oleh *millennials*. Persaingan

tersebut tentunya akan dilihat dari iklan yang dibuat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menciptakan iklan dengan produk yang dibuat dan diperuntukkan *millennials*.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tulisan ini. Melalui kesempatan ini, dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi FTV dan pembimbing I.
3. Dra. Setianingsih Purnomo, M.A., selaku pembimbing II.
4. Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain dan Ketua Sidang.
5. Perdana Kartawiyudha, M.Sn., selaku penguji.
6. Cindy dan Michael yang telah menjadi sahabat tercinta yang tak henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
7. Bintang Mahacakrie dan Benazio Rizki Putra yang telah bekerjasama menjadi klien.
8. Orang Tua dan keluarga tercinta yang telah sangat banyak memberikan doa dan dukungan.
9. Afaf Dini Hamid yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. IVGteam dan Aulionism yang senantiasa memberikan doa serta dukungan semangat kepada penulis.

Tangerang, 5 Januari 2018



ABSTRAKSI

Millennials adalah generasi yang lahir pada tahun 1980 hingga 2000. Mereka berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Tahun 2020-2030 Indonesia diperkirakan mampu mencapai puncak populasi usia produktif, yaitu 70% dari jumlah penduduk Indonesia. Sekitar 84 juta *millennials* akan memajukan perekonomian Indonesia. Sehingga akan terdapat banyaknya jumlah pedagang baru yang dikelola oleh dan untuk langgas. Berkembangnya perekonomian yang dikelola *millennials* tentu akan meningkatnya persaingan periklanan. Oleh karena itu penulis ingin meneliti bagaimana cara membuat iklan yang mampu dikonsumsi para *millennials*.

Dari uraian tersebut maka judul penelitian ini adalah: Peranan Sutradara Dalam Pembuatan Iklan Iwearbanana.

Iwearbanana merupakan produk lokal yang dikelola oleh dan untuk *millennials*. Produk tersebut dijual secara *online* dari media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook & Twitter. Produk tersebut terinspirasi oleh kebiasaan dan kesukaan *millennials*. Oleh karena itu saya memilih Iwearbanana sebagai merek utama pada penelitian penulis.

Kata kunci: *millennials*, iklan *online*, dan *endorser*.



ABSTRACT

Millennials, the generation born in 1980 to 2000, is the generation which grows along with the development of technology. In 2020 – 2030, it is estimated that Indonesia will have the highest number of productive age. Specifically, 70% of the population is the productive age between 15 – 64 years old. This brings the fact that around 84 millions of millennials will take role in the development of economy, and the number of economic sectors run by millennials keeps increasing. Consequently, this led to the competition of advertising. In this thesis, writer tries to analyze how to produce advertisements to meet the interest of millennials.

From the description above, the title of this thesis is: The Role of Director in the Advertisement of Iwearbanana.

Iwearbanana is a local product run by and for the millennials. The product is sold online, through social media. Namely, Instagram, YouTube, Facebook and twitter. The product is inspired by the trends and habits of the millennials. This will be the basis of the choice of Iwearbanana as the concentration of the thesis.

Keywords: millennials, online advertisement, endorser.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Skripsi	3
1.5. Manfaat Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Periklanan.....	5
2.1.1. Fungsi Periklanan	5
2.1.2. Daya Tarik Iklan.....	6
2.1.3. <i>Celebrity Endorser</i>	8

2.1.4. <i>Social Media Influencer</i>	11
2.1.5. Kesadaran Merek	12
2.2. Generasi <i>Millennials</i>	13
2.2.1. Karakter <i>Millennials</i> Indonesia.....	13
2.3. <i>Creative Brief</i>	14
2.4. Analisis SWOT	16
2.5. <i>Storyboard</i>	17
2.6. Warna Primer	18
2.7. Sutradara	19
BAB III METODOLOGI	20
3.1. Gambaran Umum.....	20
3.1.1. Latar Belakang Perusahaan.....	20
3.2. Langkah-langkah Riset	21
3.3. Metode Data	22
3.4. Tahapan Kerja	23
3.5. Acuan	24
BAB IV ANALISIS	27
4.1. <i>Creative Brief</i>	27
4.2. SWOT	28
4.3. <i>Directors Treatment</i>	29
4.3.1. Tipe Video Iklan	29
4.3.2. Video <i>Look & Feel</i>	30
4.3.3. <i>Pack Shot</i>	31

4.3.4. <i>Art Direction</i>	31
4.3.5. <i>Talent</i>	33
4.3.6. Pemilihan Talent Berdasarkan <i>Engagement Rate</i>	37
4.4. <i>Storyboard</i>	39
4.5. Hasil Produksi	43
4.6. Analisis Responden.....	46
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Iwearbanana	20
Gambar 2. Cuplikan video Katy Perry - <i>This Is How We Do</i>	25
Gambar 3. Video Iklan <i>Ban.Do Notebook</i>	25
Gambar 4. Acuan <i>Motion Graphic</i>	26
Gambar 5. Konten Video BuzzFeed	30
Gambar 6. <i>Video Clip</i> Tofubeats – <i>Positive</i>	30
Gambar 7. <i>Video Clip</i> Katy Perry – <i>This Is How We Do</i>	31
Gambar 8. <i>Video Clip</i> Katy Perry – <i>This Is How We Do</i>	32
Gambar 9. Interaksi Pengikut Kepada Kevinchocs (kiri) & Devinaureel (kanan)	36
Gambar 10. Hasil Mencoba <i>Storyboard</i>	42
Gambar 11. Jenis Kelamin Responden	46
Gambar 12. Umur Responden Lebih Rinci.....	47
Gambar 13. Pendapatan per-minggu.....	47
Gambar 14. Pengikut <i>Influencer</i>	48
Gambar 15. Tidak Mengetahui <i>Influencer</i>	48
Gambar 16. Sosial Media yang Paling Sering Digunakan.....	49
Gambar 17. Tertarik Untuk Melihat Info Produk Lebih Detil.	49
Gambar 18. Bagian Terbaik Menurut Responden.....	50
Gambar 19. Cuplikan Dari Bagian Terbaik.	50
Gambar 20. Bagian Terburuk Menurut Responden	51
Gambar 21. Cuplikan dari Bagian Terburuk.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Client Brief</i>	27
Tabel 2. SWOT Iwearbanana.....	29
Tabel 3. Urutan pemilihan <i>talent</i> tahap pertama.....	33
Tabel 4. Pemilihan <i>Talent</i> Tahap Kedua.....	34
Tabel 5. Pemilihan <i>Talent</i> Tahap Akhir.....	36
Tabel 6. <i>Engagement Rate</i>	37
Tabel 7. <i>Storyboard</i>	39
Tabel 8. Perbandingan hasil akhir.....	43
Tabel 9. Umur Responden.....	46
Tabel 10. Alasan Memilih Bagian Terbaik.	50
Tabel 11. Alasan Responden.....	51

