



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 PERANCANGAN
DESAIN VISUAL VIDEO KOMERSIAL UNTUK
MENUNJUKKAN *BRANDING* PEMINATAN FILM
PROGRAM STUDI FILM & TELEVISI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

Skripsi Penciptaan

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



Nama : Stefanus Hosea
NIM : 00000018593
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 : Stefanus Hosea

NIM : 00000018593

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi:

**PERAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM PERANCANGAN DESAIN
VISUAL VIDEO KOMERSIAL UNTUK MENUNJUKKAN *BRANDING*
PEMINATAN FILM PROGRAM STUDI FILM & TELEVISI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

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



Stefanus Hosea

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PERAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM PERANCANGAN DESAIN
VISUAL VIDEO KOMERSIAL UNTUK MENUNJUKKAN *BRANDING*
PEMINATAN FILM PROGRAM STUDI FILM & TELEVISI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

Oleh

Nama : Stefanus Hosea
NIM : 00000018593
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 26 Januari 2018

Pembimbing



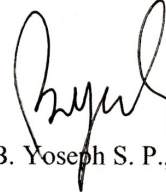
Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn.

Penguji



Drs. Imam Khanafi, S.Sos., M.Si.

Ketua Sidang



B. Yoseph S. P.,

B.MediaA&Prod., M.ScrPr.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya dan skripsi mengenai video komersial Peminatan Film Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara ini dengan baik. Pada awal penulisan skripsi, penulis memiliki minat untuk mendalami proses *branding* atas sebuah produk yang umumnya divisualisasikan ke dalam bentuk grafis, maka penulis mencoba menerapkan proses tersebut ke dalam sebuah video komersial yang mampu menunjukkan bagaimana *branding* dapat memberikan dampak kepada penonton atas *brand* yang dipromosikan.

Melalui skripsi ini, penulis ingin membagikan pengalaman dalam berperan seorang *creative director* yang memproduksi video komersial. Tidak hanya itu, penulis juga mendapat banyak wawasan baru mengenai proses pembentukan *branding* yang lebih akurat dan penerapan hasil *branding* ke dalam video komersial sehingga melalui video yang diproduksi, *brand* produk yang ditujukan dapat diterima dengan baik oleh penonton yang menjadi target pasar. Penulis berharap skripsi ini dapat dibaca oleh kalangan pemula yang ingin menjadi *creative director* untuk memperkaya wawasannya dalam memproduksi video komersial produk di kemudian hari.

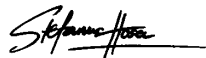
Terselesaikannya skripsi penciptaan ini dengan baik tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Kus Sudarsono, S.E., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara, yang sudah memberi izin untuk memproduksi video komersial.
2. Bapak Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn. selaku dosen pembimbing, yang sudah meluangkan waktunya dan memberikan banyak masukan yang bermanfaat selama proses pengerjaan skripsi penciptaan.
3. Bapak B. Yoseph S. P., B.MediaA&Prod., M.ScrPr. selaku ketua sidang yang telah membantu mengoreksi skripsi penciptaan.
4. Bapak Drs. Imam Khanafi, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan komentar yang bermanfaat.
5. Bapak Kemal Hassan, S.T., M.Sn. selaku perwakilan Peminatan Film Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan komentar dan masukan pada karya tugas akhir.
6. Irene Alexandra selaku *copywriter* yang bersama melakukan produksi penciptaan karya tugas akhir.
7. Para aktor dan pendukung yang telah bersedia meluangkan waktu: Raka Satria Indra, Kevin Gunawan, Jeanne Coritama, Alvin Budikusuma, Benediktus Eduard, Imelda Veronica, Steven Sanjaya, Gabriella Henlianto, Stephanie Gozali, Fadlun Syifa, Deardrie R. Putri, Ika Angela, Sandy, Deni, Juan Cokropanus, Lionel Judy, Muhammad Nursalsabila, Yosua Winata, dan Teddy.

8. Teman yang membantu menyediakan alat yang dibutuhkan sehingga memperlancar proses produksi: Jonathan Juan Setiadarma dan Rafael Ricky.
9. Odelia Clarisa yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama produksi karya hingga penulisan skripsi penciptaan.
10. Keluarga penulis yang telah membantu dalam doa dan dukungan.
11. Pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan karya tugas akhir dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu baik dengan doa, waktu, saran, dan teknis pengerjaan selama masa pembuatan karya dan skripsi penciptaan ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Tangerang, 5 Januari 2018



Stefanus Hosea

ABSTRAKSI

Seorang *creative director* memiliki tugas penting dalam menyampaikan pesan melalui video komersial yang diproduksi. Berbagai cara dapat ditempuh untuk menyampaikan hal tersebut, salah satunya melalui perancangan desain visual. Selain memperkuat makna sebuah adegan, perancangan desain visual yang tepat juga dapat menyisipkan pesan *branding* yang memperkenalkan sebuah produk yang ditawarkan pada video komersial kepada target pasar.

Pada skripsi penciptaan ini penulis sebagai *creative director* membahas mengenai peran dalam perancangan desain visual video komersial untuk menunjukkan *branding* Peminatan Film Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara.

Kata kunci: *creative director*, desain, visual, *branding*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

The main task of being a creative director is to deliver a message within the produced commercial video. There are numerous ways to aim this task, one of the way is by planning the visual design. Besides to amplified the meaning of a scene, the correct planning of visual design may include a message of branding to introduce the product in commercial video to its target market.

In this final report, the author as creative director describes the role of planning the visual design to indicate the branding of Film Major, Film and Television Course, Universitas Multimedia Nusantara.

Keywords: creative director, visual design, branding

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 <i>Creative Director</i>	5
2.2 Desain Visual.....	5
2.2.1 Warna.....	6
2.2.2 Set dan Properti.....	7

2.2.3	Pakaian.....	8
2.3	Strategi <i>Branding</i>	8
2.3.1	<i>Brand</i>	8
2.3.2	<i>Brand Positioning</i>	9
2.3.3	<i>Brand Identity</i>	10
2.3.4	<i>Branding</i>	11
BAB III METODOLOGI.....		13
3.1	Gambaran Umum.....	13
3.2	Latar Belakang Klien.....	13
3.3	Wawancara.....	14
3.3.1	Wawancara dengan Ketua Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara.....	15
3.4	Posisi Penulis.....	18
3.5	Tahapan Kerja.....	19
3.5.1	Pra Produksi.....	19
3.5.2	Produksi.....	20
3.5.3	Paska Produksi.....	20
3.6	Acuan.....	20
BAB IV ANALISIS.....		23
4.1	Perancangan <i>Branding</i>	23

4.1.1	Analisis Wawancara.....	23
4.1.2	Analisis <i>Client Brief</i>	24
4.1.3	Analisis Target Pasar.....	25
4.1.4	<i>Brand Positioning</i>	26
4.1.5	Pembentukan Strategi <i>Branding</i>	27
4.2	Analisis Penerapan.....	31
4.2.1	Warna.....	31
4.2.2	Set dan Properti.....	36
4.2.3	Pakaian.....	44
BAB V PENUTUP		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA		xv

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Wawancara dengan Kus Sudarsono.....	15
Gambar 3.2. Referensi Video.....	21
Gambar 4.1 <i>Mind map</i> hasil riset Program Studi FTV UMN.....	27
Gambar 4.2 Pembentukan warna sebagai <i>brand identity</i>	30
Gambar 4.3 Palet warna ungu dan merah yang menjadi brand identity	32
Gambar 4.4 Penggunaan warna ungu pada pakaian tokoh utama	33
Gambar 4.5 Penggunaan warna merah pada pakaian karakter lain	34
Gambar 4.6 Penggunaan warna ungu dan merah pada properti	35
Gambar 4.7 Penerapan tata cahaya yang berlawanan pada adegan dokter.....	36
Gambar 4.8 Set dan properti adegan kelulusan SMA.....	37
Gambar 4.9 Adegan tokoh utama mendapatkan ide	38
Gambar 4.10 Set dan properti pada adegan astronot	39
Gambar 4.11 Set dan properti pada adegan dokter.....	40
Gambar 4.12 Properti pada adegan filmmaker	41
Gambar 4.13 Set dan properti pada adegan produksi akhir	42
Gambar 4.14 Set dan properti pada adegan tokoh utama menerima penghargaan	43
Gambar 4.15 Set dan properti pada adegan acara penganugerahan.....	44
Gambar 4.16 Tokoh utama mengenakan seragam SMA	45
Gambar 4.17 Pakaian pada adegan menjadi <i>filmmaker</i>	46
Gambar 4.18 Pakaian tokoh utama dengan karakter pendukung.....	47
Gambar 4.19 Pakaian tokoh utama pada adegan acara penganugerahan.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	xviii
LAMPIRAN B: CV.....	xx
LAMPIRAN C: TRANSKRIP WAWANCARA.....	xxi
LAMPIRAN D: <i>CLIENT BRIEF</i>	xxv
LAMPIRAN E: NASKAH AUDIO VISUAL	xxix
LAMPIRAN F: <i>STORY BOARD</i>	xxxiii
LAMPIRAN G: <i>MOOD BOARD</i>	xxxvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA