



**“PERANCANGAN ART DIRECTOR PADA PEMBUATAN TVC SUGUS
STILL ALIVE DALAM MENCIPTAKAN BRAND AWARENESS DARI
KHALAYAK”**

SKRIPSI APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Advertising and Marketing Communication

MERCU BUANA
Disusun oleh :

HARVEY DALEGI

44311010052

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN *ART DIRECTOR* PADA PEMBUATAN TVC
“SUGUS STILL ALIVE” DALAM MENCIPTAKAN *BRAND*
AWARENESS DARI KHALAYAK

Nama : Harvey Dalegi

NIM : 44311010052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

UNIVERSITAS
Jakarta, Juli 2015
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I

(A.Judhie Setiawan., M.Si)

Pembimbing II

(Ananta Hari Noorsasetya., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN *ART DIRECTOR* PADA PEMBUATAN TVC
“SUGUS STILL ALIVE” DALAM MENCIPTAKAN *BRAND*
AWARENESS DARI *KHALAYAK*

Nama : Harvey Dalegi
NIM : 44311010052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

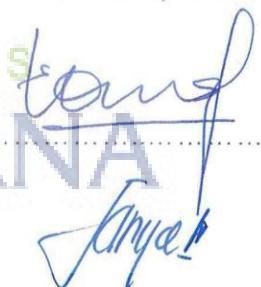
Jakarta, Juli 2015

Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Herayah, M.Si

Penguji Ahli,
Hersanyoto, S.Sos

Pembimbing I
A.Judhie Setiawan.,M.Si

Pembimbing II
Ananta Hari Noorsasetya.,M.Ikom

(.....) 
(.....)

(.....) 
(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN ART DIRECTOR PADA PEMBUATAN TVC
"SUGUS STILL ALIVE" DALAM MENCIPTAKAN BRAND
AWARENESS DARI KHALAYAK

Nama : Harvey Dalegi

NIM : 44311010052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

Jakarta, Juli 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(A.Judhie Setiawan., M.Si)

Pembimbing II

Ananta Hari Noorsasetya., M.Ikom

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Harvey Dalegi

NIM : 44311010052

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri . Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain , maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kebaikanNya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan perancangan skripsi aplikatif dengan judul **“Perancangan Art Director pada pembuatan TVC Sugus Still Alive dalam menciptakan Brand Awareness dari khalayak”** yang merupakan salah satu syarat akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dalam menempuh gelar sarjana strata 1 (S1) Jurusan Advertising and Marketing Communication. Proses penggerjaan skripsi aplikatif ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu, baik dari segi moral maupun material. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu :

1. Kepada Bapak Judhie Setiawan, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar memberi masukan, solusi dan semangat dalam penggerjaan laporan magang ini serta kesabarannya dalam menghadapi perilaku penulis serta teman-teman lain yang pasti ada kekurangan.
2. Kepada bapak Anantha Hari Noorsasetya S.Sn.,M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang dengan karakter khasnya yang banyak memberikan masukan yang berarti bagi perancang, serta menjadi penyelamat dalam penyelesaian perancangan ini.
3. Kepada ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang telah mengerti dan memahami penulis dan juga memberikan dukungan untuk selalu semangat menghadapi masa-masa perkuliahan,
4. Kepada Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil, meskipun kita terpisah jarak dan waktu, namun doa serta dukungan kalian selalu dekat dihati perancang.

5. Kepada Radit Pratama Priawan, yang juga bekerjasama dengan perancang selama perancangan aplikatif ini, beberapa bulan terakhir waktu banyak penulis lalui dengan teman, sahabat serta rekan yang luar biasa ini.
6. Kepada Fernando David Lahea, sahabat yang sudah seperti saudara. Terima kasih buat dukungan, semangat, pengetahuan, serta doa yang selalu diberikan kepada penulis.
7. Kepada teman teman PMK – UMB (Persekutuan Mahasiswa Kristen) yang juga telah membantu penulis dalam memberikan pengalamannya dalam pelaksanaan magang dan penulisan laporan magang. Untuk Denisa, Citra, Elvrida, Daniel, James, Priyo, Jerry, Deborah, dan teman – teman PMK 2009, 2010 2011, 2012, 2013 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi saudara seperjuangan dalam iman.
8. Kepada teman – teman musisi (Boido, Andry, Sam, Yosi, Reinhard, Christ, Rondy, kak Hanry, kak Andries, kak Rani) dan teman –teman musisi lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih buat pengalaman serta pelajaran yang selalu diberikan kepada penulis, senang bisa bermusik bersama kalian.
9. Kepada teman-teman Advertising & Marketing Communication 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah bersama-sama penulis dalam melaksanakan perkuliahan dari awal hingga saat ini.

Perancang menyadari bahwa dalam skripsi aplikatif ini masih jauh dari kesempurnaan, karena perancang juga masih dalam tahap belajar. Oleh Karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi memperbaiki skripsi aplikatif ini.

Jakarta, Juni 2015

Harvey Dalegi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	9
1.3 Tujuan Perancangan	10
1.4 Manfaat Perancangan	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Periklanan	12
2.2 Pembagian Iklan Berdasarkan Media yang Digunakan	13
2.3 Brand Awareness	13
2.4 Pembagian Iklan Berdasarkan Tujuan	15
2.5 Iklan Komersil	15
2.6 Iklan TV	16
2.7 Elemen – Elemen Iklan Televisi	20
2.8 Warna	21
2.9 Daya Tarik Iklan	23
2.10 Proses Perancangan Iklan Televisi	25
2.11 Produksi Iklan TVC	30
2.12 Art Directing	31
2.13 Komunikasi Visual	35
2.14 Big Idea	36
BAB 3 PROSES PERANCANGAN	39
3.1 Tujuan Komunikasi	39
3.2 Strategi Kreatif Perancangan	39

3.3 Rancangan Visual	41
3.4 Konsep Audio	42
3.5 Konsep Video	42
3.6 Analisa Spesifikasi Program	43
3.7 Sinopsis Cerita	46
3.8 Timetable dan Anggaran	47
3.9 Konsep Perancangan Iklan Televisi “SUGUS STILL ALIVE”	50
BAB 4 ANALISIS PROSES	52
4.1 Tahapan Produksi	52
4.2 Lembar Kerja Produksi	56
4.3 Lembar Kerja Produser	63
4.4 Kendala dan Pemecahan	67
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70

