



**IMPLEMENTASI *MISE EN SCENE* PADA PENATAAN
ARTISTIK DALAM VIDEO IKLAN SOFT SELLING
BRAND QUANTUM GROUP**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

VIA FITRIANI CANDELA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Akhir dengan judul “Implementasi *Mise En Scene* pada Penataan Artistik dalam Video Iklan *Soft Selling Brand Quantum Group*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan Penelitian Aksi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Via Fitriani Candela
J0301201255

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

VIA FITRIANI CANDELA. Implementasi *Mise En Scene* pada Penataan Artistik dalam Video Iklan *Soft Selling Brand* Quantum Group. Dibimbing oleh SUPARMAN dan AYUMI FITRI GUNAWAN.

Iklan video memiliki efektivitas lebih tinggi dalam meningkatkan kesadaran merek dan daya beli konsumen dibandingkan dengan media cetak. Pergeseran preferensi konsumen menuju konsumsi konten visual melalui *platform* media sosial, didorong oleh peningkatan teknologi, telah menjadikan video sebagai medium utama di dunia digital. Proyek akhir ini, berfokus pada produksi video iklan bertajuk "Pulang di Hari Raya," dilakukan dari Januari hingga Mei 2024 di Bogor, Jawa Barat. Iklan ini diproduksi untuk Quantum Group, mencakup berbagai merek seperti Quantum, Uniland, dan Dreambox, dengan tujuan membangun identitas merek dan meningkatkan kesadaran konsumen. Konsep iklan mengangkat momen Hari Raya sebagai latar belakang emosional, menekankan pentingnya kebersamaan keluarga. Peran *art director* sangat vital dalam merancang estetika visual yang mendukung pesan merek tanpa mengorbankan keindahan visual. Kolaborasi dengan tim produksi dan penataan artistik menjadi elemen kunci dalam menciptakan iklan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens.

Kata-kata Kunci: *art director*, penataan artistik, Quantum Group

ABSTRACT

VIA FITRIANI CANDELA. Implementation of *Mise En Scene* on Artistic Arrangement in Quantum Group's *Soft Selling Brand* Advertising Video. Dibimbing oleh SUPARMAN dan AYUMI FITRI GUNAWAN.

Video advertising has higher effectiveness in increasing brand awareness and consumer purchasing power compared to print media. The shift in consumer preferences towards the consumption of visual content through social media platforms, driven by the advancement of technology, has made video the main medium in the digital world. The final project, which focuses on the production of an advertisement video entitled "Return to Easter Day," will be conducted from January to May 2024 in Bogor, West Java. This ad was produced for the Quantum Group, covering brands such as Quantum, Uniland, and Dreambox, with the aim of building brand identity and raising consumer awareness. The advertising concept highlights the Christmas moment as an emotional background, emphasizing the importance of family unity. The role of art director is vital in designing visual aesthetics that support the brand message without sacrificing visual beauty. Collaboration with the production team and artistic arrangement became a key element in creating advertising that not only visually attracts but also builds an emotional relationship with the audience.

Keywords: *art director*, *soft-selling advertisement*, Quantum Group



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan masalah;
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

©Hak Cipta milik IPB, Tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang – undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



IMPLEMENTASI MISE EN SCENE PADA PENATAAN ARTISTIK DALAM VIDEO IKLAN SOFT SELLING BRAND QUANTUM GROUP

VIA FITRIANI CANDELA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Hadiyanto, MS



Judul Laporan : Implementasi *Mise En Scene* pada Penataan Artistik dalam Video Iklan *Soft Selling Brand* Quantum Group

Nama : Via Fitriani Candela
NIM : J0301201255

Disetujui oleh

A

Ayumi

Pembimbing 1:
Ir. Suparman, MM.

Pembimbing 2:
Ayumi Fitriani Gunawan, S.E, M.Si.

Diketahui oleh

S

Dr. Hudi Santoso, Ssos, MP
NPI. 201807198005241001



Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, Ssos, MP
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 9 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga laporan proyek ini dapat diselesaikan. Proyek Akhir ini dimulai dari Januari 2024 hingga Mei 2024 yang mengangkat tema Komunikasi, dengan judul “Implementasi *Mise En Scene* pada Penataan Artistik dalam Produksi Iklan *Soft Selling Brand Quantum Group*”

Terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing Ir. Suparman, MM. dan Ayumi Fitri Gunawan, S.E, M.Si. yang telah memberikan bimbingan. Terima kasih juga kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Mama dan Ayah yang telah *support* penulis menyelesaikan pendidikan ini. Ungkapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada sahabat saya Inggit Setyo Pratiwi dan Deani Sahra yang selalu menemani dalam segala kondisi yang dihadapi dalam mengerjakan tugas akhir ini dan selalu memberikan dukungan serta menjadi *support system*. Terimakasih juga kepada teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada tim kreatif dari PT Quantum Tosan International yang telah membantu selama pengumpulan data.

Terakhir saya ucapan terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah berproses dan berjuang untuk bertahan sejauh ini. Terimakasih karena memutuskan untuk selalu berusaha dalam hal apapun dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses yang dilewati serta selalu menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Pencapaian ini patut dirayakan apapun kurang dan lebihnya mari merayakan diri sendiri.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Via Fitriani Candela



	X
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR LAMPIRAN	X
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Art Director</i> atau Penata Artistik	5
2.2 Video Iklan	12
2.3 <i>Soft Selling</i>	13
2.4 Komunikasi Pemasaran	14
III METODOLOGI	
3.1 Lokasi dan Waktu	17
3.2 Subyek Proyek	17
3.3 Alat dan Bahan	17
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	18
4.5 <i>Output</i> Proyek	20
IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum PT Quantum Tosan Internasional	21
4.2 Implementasi <i>Mise En Scene</i> pada Penataan Artistik dalam Video Iklan <i>Soft Selling Brand</i> Quantum Group	23
4.3 Proses Penataan Artistik dalam Video Iklan <i>Soft Selling Brand</i> Quantum Group	29
V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

<i>Output Proyek</i>	20
Logo PT Quantum Tosan Internasional	21
Salah Satu <i>Setting</i> Properti dan Objek	24
Pemilihan Lokasi <i>Shooting</i>	25
Salah Satu Kostum Aktor	26
Pencahayaan Alami	27
Salah Satu Ekspresi Aktor	28
Suasana Ruang Tamu	32
Bagian Isi dalam Kamar	33
Ruang Makan	34
Telepon untuk <i>Video Call</i>	34
Foto Anak-anaknya	35
Salah Satu Produk Quantum Group	36
Makanan dan Minuman yang Disajikan	36
Lampu Hias dan Vas Bunga	37
Peralatan Tidur	38
Pakaian dan Aksesoris Lebaran	38

DAFTAR LAMPIRAN

Kebersamaan Tim	45
Foto Bersama <i>Talent</i>	45
Pelaksanaan <i>Shooting</i>	45
Video Iklan “Pulang Di Hari Raya”	46
Proses <i>Shooting</i>	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.