



Manajemen Produksi Video Klip “Trilogy Cinta” Rizky Febian

Michael Christian Govino

Altobeli Lobodally

Program Studi Ilmu Komunikasi

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso No. Kav 87, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350

Telp. (021) 65307062

Email: micchrist23@gmail.com

Abstract - Production Management is a strategy used to achieve a key to success. This video clip of Rizky Febian's Cinta Trilogy has a creative strategy in this project. In the Cinta Trilogy project, Rizky Febian collaborates with a production house, namely AVCD Films. This study uses a qualitative approach. The subject of this research focuses on the video clip of the love trilogy or love line by Rizky Febian in collaboration with the production house, AVCD Films. Data collection techniques are carried out with two types, namely primary data and secondary data and using in-depth interview techniques. In addition, this research method is case study. This study also uses POLC theory (planning, organizing, leading, controlling) to find out the creative strategies used by AVCD-Films as research objects, where in the video clip of the love trilogy there are several creative ideas contained in the video clip and Such creative ideas can attract the attention of the audience. The informants in this study were four people who worked in the field of video clip production. Based on the results of interviews, researchers found a number of production management used in the video clip Trilogy Cinta. The creative strategy is the creative team uses story ideas that are mutually sustainable from the three video clips of the Love Trilogy, the creative team uses the program as talent in the Love Trilogy video clip, the creative team also uses text animation to support story ideas in the video clip, the creative team uses the concept lighting variants as supporting visualization in video clips.

Keyword - Production Management, POLC, Video Clip

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Abstrak - Manajemen produksi merupakan strategi yang dipakai untuk mencapai sebuah kunci kesuksesan. Hal ini juga ditunjukkan dalam video klip Trilogy Cinta Rizky Febian. Dalam *project* Trilogy Cinta, Rizky Febian bersama AVCD Films menunjukkan sejumlah strategi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini berfokus pada video klip trilogy cinta atau garis cinta karya Rizky Febian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua jenis yaitu data primer dan data sekunder dan menggunakan teknik wawancara secara mendalam (*depth interview*). Selain itu, metode penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini juga menggunakan teori POLC (*planning, organizing, leading, controlling*) untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan oleh AVCD Films sebagai objek penelitian, dimana di dalam video klip trilogy cinta tersebut terdapat beberapa ide kreatif yang dimuat dalam video klip tersebut dan ide kreatif tersebut dapat menarik perhatian dari penonton. Informan dalam penelitian ini adalah empat orang yang bekerja di bidang produksi video klip. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan sejumlah strategi kreatif yang digunakan dalam video klip Trilogy Cinta. Adapun manajemen produksi tersebut adalah tim kreatif menggunakan ide cerita yang saling berkesinambungan dari tiga video klip Trilogy Cinta, tim kreatif menggunakan selebgram sebagai *talent* dalam video klip Trilogy Cinta, tim kreatif juga menggunakan animasi teks sebagai penunjang ide cerita dalam video klip, tim kreatif menggunakan konsep varian *lighting* sebagai penunjang visualisasi dalam video klip.

Kata Kunci: POLC, Manajemen Produksi, Video Klip

Pendahuluan

Manajemen produksi merupakan strategi yang dipakai untuk mencapai sebuah kunci kesuksesan, seperti dalam pembuatan atau memproduksi sebuah pesan dalam bentuk produk komunikasi seperti video maupun iklan. Manajemen produksi ini digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dalam komunikasi sehingga pendengar atau penonton dapat menikmati dan menerima sebuah pesan yang akan disampaikan.

Dalam hal ini, saat memproduksi sebuah pesan yang akan disampaikan harus jelas kepada siapa pesan tersebut ditujukan dan apa maksud dari pesan tersebut sehingga pendengar atau penonton tidak bingung dalam melihat pesan tersebut.

Manajemen produksi memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dalam hal promosi, *branding* dan *position* sehingga banyak orang yang tertarik dengan pesan tersebut. Selain itu manajemen produksi juga dipakai untuk menjawab berbagai pertanyaan yang ada seperti 5W + 1H.

Kreatif pada umumnya merupakan hal yang tidak biasa yang dipadukan dengan imajinasi serta pemahaman secara ilmiah dalam menciptakan atau melahirkan ide yang baru sehingga menciptakan hasil yang berbeda dari yang biasanya. Seperti yang kita ketahui bahwa kreatif akan menciptakan ide yang unik, memiliki efek yang luar biasa serta mengejutkan bagi orang-orang.



Dalam penelitian ini, penulis mengangkat manajemen produksi yang digunakan dalam pembuatan video klip Rizky Febian sebagai bagian dari *project* Trilogi Cinta atau Garis Cinta. Trilogi Garis Cinta merupakan *project* yang dibentuk atau dirancang oleh seorang penyanyi yaitu Rizky Febian. *Project* ini berkolaborasi dengan selebgram yaitu Anya Geraldine dan *production house* AVCD Films.

Dalam *Music Video Series* ini Makna Cinta menceritakan perjuangan seorang Rizky Febian menemukan cinta sejatinya yaitu Anya Geraldine, perjuangan seorang *graphic design* yang mencari cinta dari aplikasi dating kemudian tidak sengaja bertemu dengan wanita yang pada akhirnya menjadi kekasihnya.

Dalam video klip yang memiliki 3 *part*, setiap judul lagu video klip ini memiliki berbagai arti yang tersirat di dalamnya. Video klip ini selalu terfokus kepada 1 objek yaitu lukisan orang yang sedang tertawa lalu di akhir *part* 3 ini, menampilkan *quotes* atau tulisan yaitu "Jika Tuhan sudah berkehendak untuk mempertemukan cinta sejati, apapun perjalanan tentang cinta, semuanya sudah ada garisnya. Karena cinta berona" artinya bahwa setiap orang sudah ditakdirkan memiliki jalan untuk mendapatkan pasangannya masing-masing.

POLC (Planning, Organizing, Leading, Controlling)

Dalam memproduksi sebuah produk komunikasi massa, manajemen produksi sangatlah penting karena di era saat ini media merupakan industri yang selalu berubah dan berkembang yang menciptakan sebuah produk dalam bentuk barang

maupun jasa. Komunikasi massa tidak akan nadanya apabila tidak dikaitkan dengan peran media itu sendiri bahkan bisa dikatakan media massa menjadi alat utama dalam proses komunikasi massa.

Dalam memproduksi video klip, AVCD Films menggunakan fungsi-fungsi manajemen dimulai dari *planning* hingga *controlling*. Dalam hal ini AVCD Films menggunakan *planning* dengan sebutan *project* manajemen. Perencanaan yang digunakan seperti penyesuaian dari *timeline*, *production budget*, pengumpulan tim, *deliver* output dijadikan sebagai satu *project* manajemen besar lalu di dalam AVCD Films ini pengerjaannya *project by project* (*project* 1 selesai lanjut ke *project* lainnya atau mengerjakan di satu waktu ada sisipan bisa 4-5 video).

Selain itu, AVCD Films menggunakan fungsi kedua yaitu *organizing* yang dimana di dalam AVCD Films terdapat tingkatan-tingkatan hierarki atau jabatan seperti produser, *director*, kreatif, dan editor sehingga semua *project* yang ada sudah ada tugasnya masing-masing.

Fungsi ketiga yang digunakan oleh AVCD Films yaitu *leading* yang dimana dalam hal ini pemegang kunci sebuah kesuksesan dari video klip ini ada di tangan *director* dalam hal visualisasi yang sesuai dengan keinginan dari klien. Terakhir, ada fungsi *controlling* yang dilakukan oleh pihak AVCD Films di antaranya seperti pengeditan video klip *trilogy* cinta yang dimana ketika ada penambahan seperti efek editing ataupun *lighting* semuanya harus berdasarkan keputusan dari *director* selain itu terdapat juga tiga faktor *controlling* yakni pertama dari sisi kreatif (penjagaan materi yang sudah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Kwik Kian Gie School of Business
Formulir No. 1 (Revisi 2023)

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



di *present*) dan yang kedua itu dari sisi *budget* dan *quality controlling*

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/ pendengar/ penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi (Nurudin, 2019:2).

Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).

Video Klip

Video klip adalah salah satu media promosi yang sangat ideal dan merupakan program musik yang disponsori oleh produksi rekaman musik berlabel dengan tujuan untuk mempublikasikan seorang penyanyi dan sebuah lagu yang memiliki potensi disukai khalayak. Stasiun televisi yang membutuhkan materi program, menjadikan video klip sebagai materi program nonfiksi karena mudah didapat dan menghasilkan keuntungan sendiri.

Dalam pembahasan mengenai video klip, ada 2 jenis video klip yaitu *performance video klip* dan *story telling video klip*. *Performance* video klip memperhatikan penampilan sang penyanyi lagu yang akan diproduksi klipnya. Selain itu selami karakter pemusik, penyanyi, pemain *band*, baik dari latar belakang bermusiknya, hingga ke profil

fisiknya (hidung, mata, *style, fashion*, dan gerak tubuh).

Sedangkan *story telling* video klip memiliki dua konsep dasar kreatif visual, yaitu:

1. Video klip bernuansa verbal

Konsep video klip bernuansa verbal maksudnya klip harus menentukan konsep dasar kreatif sebelum proses pembuatan sketsa gambar, yaitu gaya desain penggambaran akan disesuaikan dengan lirik di mana antara gambar dan lirik saling menyatu. Misalnya sebagai tanda cinta seseorang memberikan bunga mawar merah.

2. Video klip berbahasa simbol

Konsep video klip berbahasa simbol tidak memperdulikan keselarasan antara gambar dan lirik, atau tidak ada hubungan antara keduanya. Klipper membahasakan lagu dalam simbol-simbol yang mengikuti seni penampilan kreasinya sendiri. Misalnya, menunjukkan seorang pria sejati dengan sepeda gunung.

Dalam hal ini, Video klip yang diteliti oleh penulis adalah video klip “Trilogi Cinta” atau “Garis Cinta” karya Rizky Febian yang bekerjasama dengan salah satu *production house* yaitu AVCD Films dan Selebgram yaitu Anya Geraldine. Trilogi Cinta atau yang dikenal dengan Garis Cinta ini di dalamnya terdapat tiga part yang masing-masing memiliki makna atau arti dari video klip tersebut. Part 1 (Mantra Cinta) menjelaskan tentang perjalanan cinta seseorang untuk mendapatkan cinta sejatinya.

Sekilas cerita mengenai mantra cinta yang dimana Rizky Febian berperan



sebagai seorang *design graphic* yang sedang mencari kekasih dari aplikasi *dating*, disetiap pertemuannya Rizky ingin menunjukkan keseriusan dengan memberikan hadiah pilihannya untuk wanita yang ditemuinya.

Namun setiap pertemuannya selalu ada hal yang membuat kencannya berujung gagal dan merasa ada hal aneh yang dialaminya di lokasi pertemuannya dengan wanita-wanita tersebut. Lukisan di Art Exhibition seolah-olah menertawai keagalannya.

Ketika Rizky Febian sedang berbicara marah kepada lukisan, seorang wanita cantik yang berkerja di tempat itu menghampirinya dan berkenalan dengan Rizky Febian. Sosok perempuan itu adalah Anya Geraldine yang selalu memperhatikan Rizky Febian dari kejauhan ketika bertemu dengan wanita-wanita yang di temuinya di tempat itu.

Di part 2 (Cuek) menjelaskan bahwa lagu ini adalah lagu cinta ala Rizky Febian yang selalu membuat cerita yang serupa dengan kejadian yang sering dirasakan banyak pasangan pada umumnya, dimana banyak orang yang selalu berpikiran *overthinking* terhadap pasangannya.

Part 3 (Makna Cinta) menjelaskan bahwa lagu ini merupakan karya terakhir yang ada di *project* Garis Cinta. Lagu ini merupakan akhir cerita perjalanan dari dua lagu sebelumnya, dimana penantian dan usaha keras seseorang akan berujung indah jika sungguh-sungguh dalam menjalani prosesnya.

Subjek Penelitian

Video klip yang diteliti oleh peneliti adalah video klip “Trilogy Cinta” atau “Garis Cinta” karya Rizky Febian yang bekerjasama dengan salah satu *production house* yaitu AVCD Films. Trilogy Cinta atau yang dikenal dengan Garis Cinta ini di dalamnya terdapat tiga *part* yang masing-masing memiliki makna atau arti dari video klip tersebut. *Part* 1 (Mantra Cinta) menjelaskan tentang perjalanan cinta seseorang untuk mendapatkan cinta sejatinya.

Di *part* 2 (Cuek) menjelaskan bahwa lagu ini adalah lagu cinta ala Rizky Febian yang selalu membuat cerita yang serupa dengan kejadian yang sering dirasakan banyak pasangan pada umumnya, dimana banyak orang yang selalu berpikiran *overthinking* terhadap pasangannya

Part 3 (Makna Cinta) menjelaskan bahwa lagu ini merupakan karya terakhir yang ada di *project* Garis Cinta. Lagu ini merupakan akhir cerita perjalanan dari dua lagu sebelumnya, dimana penantian dan usaha keras seseorang akan berujung indah jika sungguh-sungguh dalam menjalani prosesnya

Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
Kampus Kiri
Kampus Tengah
Kampus Selatan
Kampus Utara
Kampus Barat
Kampus Timur
Kampus Selatan
Kampus Utara
Kampus Barat
Kampus Timur
Kampus Selatan
Kampus Utara
Kampus Barat
Kampus Timur

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLIKKG.



Selain itu, penelitian ini juga menggunakan paradigma postpositivistik. Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu).

2. Metode Penelitian

Metodologi memiliki pengertian yang lebih luas dari metode. Metodologi adalah suatu cara yang ditetapkan secara logis bagi para ilmuwan untuk melihat realitas atau fenomena tertentu. Asal katanya dari *method*, yaitu perangkat analitis (the analytical apparatus) atau cara kerja penyelidikan secara konkret meliputi pengumpulan, pencatatan, dan pengkategorisasian data dan *logic* yang berarti ilmu. Jadi, bila digabungkan kedua kata tersebut menjadi *methodology*, artinya seluruh rancangan dari penyelidikan yang menghubungkan unsur-unsur pokok dari metode pengumpulan data dan analisis data, lebih dari itu menjustifikasi pemilihan dan interpretasi data yang didasarkan pada kerangka kerja teoretis yang digunakan (Jensen, 1998:5).

Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau rangkaiannya di lapangan. Sumber data ini bisa *responden* atau subjek penelitian, dari hasil pengisian *kuesioner*, wawancara, *observasi*, dalam analisis isi, data primernya adalah isi komunikasi yang diteliti. Oleh karena itu sumber datanya berupa dokumentasi (Kriyantono, 2015:41) dalam penelitian ini data primer yang dimiliki oleh peneliti adalah hasil wawancara melalui *zoom* kepada kru dari AVCD Films.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain.

Karena data sekunder ini bersifat melengkapi data primer, kita dituntut hati-hati untuk menyeleksi data sekunder jangan sampai data tersebut tidak sesuai dengan tujuan riset kita atau mungkin terlalu banyak (*overload*). Oleh karena itu, peneliti menggunakan cara *online* untuk mengumpulkan dan memperkuat hasil dan kesimpulan pada penelitian ini. Cara *online* ini diimplementasikan peneliti yaitu dengan cara melakukan wawancara dan observasi dengan pihak terkait di dalam video klip “Trilogy Cinta” Rizky Febian. (Kriyantono, 2015:42)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara secara mendalam. Wawancara mendalam (*Depth Interview*) adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif dan dibedakan antara responden (orang yang akan diwawancarai sekali) dengan informan (orang yang ingin periset ketahui atau pahami dan yang akan diwawancarai beberapa kali)



(Kriyantono, 2006:102). Sedangkan pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan literatur.

Analisis Data

1 Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.

2 Penyajian Data

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beraneka penyajian kita temukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar komputer.

3 Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi.

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produksi yang digunakan oleh Tim AVCD Films. Untuk itu, peneliti mewawancarai tiga orang informan yang dapat memberikan informasi mengenai hal tersebut. Informan yang peneliti wawancarai yaitu Ades Viyatmaja sebagai produser, Risky Jusuf sebagai *director* dan Dias Isa Arrasy sebagai *editor*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, peneliti menemukan sejumlah manajemen produksi yang digunakan dalam video klip Trilogy Cinta. Adapun manajemen produksi tersebut adalah:

1. Tim kreatif menggunakan ide cerita yang saling berkesinambungan dari tiga video klip Trilogy Cinta.
2. Tim kreatif menggunakan selebgram sebagai talent dalam video klip Trilogy Cinta.
3. Tim kreatif juga menggunakan animasi teks sebagai penunjang ide cerita dalam video klip.
4. Tim kreatif menggunakan konsep varian *lighting* sebagai penunjang visualisasi dalam video klip.

Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti membahas mengenai “Manajemen Produksi Video Klip Trilogy Cinta” Rizky Febian yang dimana video klip ini memiliki tiga *part* yang saling berkaitan satu sama lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi yang digunakan dalam proses pembuatan video klip *project* garis cinta atau trilogy cinta. Di dalam proses



penelitian ini, peneliti mewawancarai ketiga informan yang merupakan pihak terkait dengan pembuatan video klip yaitu Ades Viyatmaja sebagai produser, Risky Jusuf sebagai *director*, dan Dias Isa Arrasy sebagai *editor*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai manajemen produksi video klip Trilogy Cinta Rizky Febian dapat disimpulkan bahwa dalam proses pembuatan video klip tersebut, pihak RFAS (Rizky Febian Anak Sule) dan pihak AVCD Films melakukan beberapa manajemen produksi seperti tim kreatif menggunakan ide cerita yang saling berkesinambungan dari tiga video klip Trilogy Cinta, tim kreatif menggunakan selebgram sebagai *talent* dalam video klip Trilogy Cinta, tim kreatif juga menggunakan animasi teks sebagai penunjang ide cerita dalam video klip dan yang terakhir tim kreatif menggunakan konsep varian *lighting* sebagai penunjang visualisasi dalam video klip

Selain itu dalam proses pembuatan video klip tersebut, pihak AVCD Films juga melakukan beberapa fungsi manajemen seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*) yang bertujuan supaya setiap organisasi atau perusahaan dapat menjalankan perannya dengan sebaik mungkin. Pertama, perencanaan (*planning*) digunakan untuk menetapkan strategi untuk mencapai sasaran dan mengembangkan rencana kerja untuk mengelola aktivitas-aktivitas.

Saran

I. Saran Akademis

Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode survey. Penelitian lanjutan ini diharapkan

akan mampu mengetahui sejauhmana pengaruh video klip trilogy cinta terhadap tingkat penjualan atau mempengaruhi hal-hal lainnya.

Penelitian lain juga dapat dilakukan untuk mengetahui *media placement* yang digunakan sebagai strategi promosi video klip trilogy cinta. Melalui penelitian ini akan mampu ditemukan strategi-strategi penempatan video sebagai sarana promosi.

2. Saran Praktis

Melalui penelitian ini, strategi kreatif penggunaan *brand ambassador* dapat digunakan oleh para pembuat video klip berikutnya. Pembuat video klip berikutnya dapat menggunakan strategi varian *lighting* yang digunakan dalam video klip ini. Pembuat video klip berikutnya juga dapat menggunakan ide cerita trilogy seperti yang digunakan dalam video klip trilogy cinta.

Daftar Pustaka

Buku Teks

- Arikunto.S. (2019), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djamal. Hidajanto dan Andi Fachruddin. (2020), *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Effendy Uchjana Onong. (2018), *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya



Fachruddin. Andi. (2016), *Manajemen Per-televisian Modern*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana

Fachruddin. Andi. (2017), *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Prenadamedia Group

Fachruddin. Andi. (2018), *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Huberman, Miles. (2014), *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia

Jauch Lawrence R. dan William F. Glueck. (2019), *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga

Kriyantono. Rachmat. (2006), *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mabruri. Anton. (2013), *Manajemen Produksi Program Acara TV: Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta: PT Grasindo

Mabruri. Anton. (2018), *Produksi Program TV Non-Drama: Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta: PT Gramedia

Moleong Lexy. (2020), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Morrisan (2020), *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Morrisan (2013), *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia

Nurudin (2019), *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Pambayun Lestari Ellys. (2013), *Qualitative Research Methodology in Communication*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia

Robbins Stephen P. dan Mary Coulter. (2016), *Manajemen Edisi 13*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono (2019), *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Skripsi/Tesis/Disertasi

Wirasari. Ira dan Tresna Ferdiana (2018), *Jurnal: Strategi Kreatif Tema Pahlawan dalam Iklan Media Sosial Bukalapak, Universitas Telkom Bandung, Vol.6, No.05*

Akhlaq Rif'atil Muna dan Sri Wastiwi Setiawati (2018), *Jurnal: Creative Strategy of BW Purba Negara in Casting and Directing of Figure Mbah Sri in Film "Ziarah", Institut Seni Indonesia, Vol.10, No.1*

Kholisoh Nur, Dicky Andika, Suhendra (2021), *Jurnal: Short Film Advertising Creative Strategy in PostModern Era Within Software Video Editing, Universitas Mercu Buana - Indonesia, Universiti Kebangsaan Malaysia – Malaysia, Vol.7, No.1, 41-58*.

Cecariyani Aske Shera dan Gregorius Genep Sukendro (2018), *Jurnal: Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana), Universitas Tarumanegara, Vol.2, No.2*

Nurfebiaraning Sylvie (2016), *Jurnal: Strategi Kreatif Pesan Video Advertising*

1. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“Oreo Penuh Keajaiban” Pada Youtube,
Universitas Telkom Bandung, Vol.6, No.1.

Sari Ratna Jenny dan Roswita Oktavianti
(2020). Jurnal: Budaya Populer Dalam
Pembuatan Video Klip (Studi Kasus Pada
Video Klip ‘Merakit’ Oleh Yura Yunita,
Universitas Padjadjaran, Vol.18, No.2

Golan J. Guy dan Lior Zaidner (2008),
Jurnal Creative Strategies in Viral Adver-
tising: An Application of Taylor’s Six -
Segment Message Strategy Wheel, *Seton
Hall University dan University of West-
minster, Vol.13, No.959-972.*

1. Dilarang menyalin 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.