

## ABSTRAK

Qatrunnada, Ghina. 2020. Penyutradaraan Film Pendek *Price Tag*. Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Industri Kreatif. Telkom University.

Seiring perkembangan zaman kegiatan nongkrong sendiri mulai terjadi perubahan. Saat ini *nongkrong* lebih banyak dilakukan di kafe-kafe yang didominasi oleh anak muda khususnya mahasiswa, sehingga menjadi gaya hidup baru. Gemar menggunakan barang-barang bermerek terkenal yang mewah dan berkelas juga menjadi gaya hidup mahasiswa yang dikenal sebagai gaya hidup *brand minded*. Kedua gaya hidup ini merupakan bentuk dari perilaku konsumtif karena bukan lagi konsumsi yang didasari untuk memenuhi kebutuhan biologis, melainkan pemenuhan hasrat untuk menunjukkan karakteristik dari kelas sosial tertentu demi meningkatkan harga diri mahasiswa agar dapat diterima di lingkungan sosialnya. Fenomena ini akan diangkat menjadi sebuah film pendek berjudul *Price Tag*. Sebagai sutradara, penceritaan mengenai perilaku konsumtif untuk meningkatkan harga diri akan memperlihatkan karakteristik mahasiswa bergaya hidup *nongkrong* di kafe dan *brand minded* yang ditampilkan melalui unsur-unsur naratif film. Pengumpulan data dalam rancangan ini menggunakan metode komparatif pada karya film sejenis dan metode campuran dengan pendekatan psikologi komunikasi yang dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan studi literatur lalu diolah sebagai bentuk perancangan sebuah film pendek. Hasil dari perancangan film pendek ini diharapkan bisa menjadi sebuah media informasi sebagai bentuk pencegahan dampak negatif dari perilaku konsumtif dalam meningkatkan harga diri.

Kata Kunci: Mahasiswa, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, dan Harga Diri