

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Perancangan video iklan Merji dibuat dengan dasar ingin mengenalkan produk dari *brand* Merji dan bertujuan sebagai tambahan nilai jual dari akun instagram Merji, menjadi referensi video promosi bagi akun-akun instagram *brand* lokal. Referensi konsep dalam perancangan video iklan Merji ini terinspirasi dari video iklan yang dimiliki oleh *brand* visual, karena dari segi cerita, teknik pengambilan gambar, warna video, musik, dan durasi sangat ideal dan menarik, sesuai dengan sasaran *target audience* yang akan dituju.

Untuk memproduksi sebuah karya *cinematography/videography* harus menyiapkan konsep video yang akan dibuat dengan matang dan juga pada tahap pra produksinya seperti konsep, *timeline*, *budgeting*, *talent*, *hunting* lokasi dll bertujuan memudahkan saat produksi berlangsung, karena tahap pra-produksi ini sebagai pondasi atau awalan untuk menentukan tahap-tahap selanjutnya.

Pada tahap produksi, improvisasi sangat dibutuhkan dalam proses pembuatan video promosi atau film yang berhubungan langsung dengan kondisi alam. Dalam sebuah produksi pasti ada kendala diluar dugaan seperti kondisi yang tidak mendukung seperti cuaca, alat pproduksi, dan kondisi kesehatan tim produksi. Ide kreatif dilapangan sangat diperlukan agar produksi tidak mengganggu *timeline* yang sudah ditentukan.

Kendala produksi yang dihadapi dalam perancangan video iklan Merji yang pertama adalah kondisi cuaca yang pada saat produksi hampir setiap hari hujan sehingga proses pengambilan gambar sangat terbatas. Kendala lainnya adalah saat proses editing, pada proses ini editor harus menyamakan warna dari 4 lokasi yang berbeda, sehingga terdapat kendala dalam penyamaan warna. Namun pada perancangan video iklan ini dibuat semaksimal mungkin sesuai dengan konsep yang sudah dirancang diawal.

## B. Saran

Saran bagi para *video maker* yang ingin membuat video promosi dengan jalur independent, disarankan untuk memperhitungkan semua proses pembuatan video dengan matang, dimulai dengan pembuatan konsep sampai menjadi sebuah cerita, lalu melakukan hunting lokasi, mempersiapkan *budget* sesuai kebutuhan, memilih talent sesuai konsep, dan melakukan pemilihan jadwal produksi sesuai perkiraan cuaca yang baik, karena dalam pembuatan video promosi sedikit berbeda dengan pembuatan film pendek lainnya, dalam pembuatan video promosi kondisi alam sangat mempengaruhi proses produksi dan timeline harus pas. Kendala dalam sebuah produksi sering terjadi tiba-tiba kondisi alam yang bisa berubah-ubah dan tidak mendukung berlangsungnya proses perancangan video.

Untuk mengantisipasi hal tersebut kita harus mempunyai *plan B* lancar, atau rencana tambahan agar proses produksi tetap berjalan lancar, karena jika tidak mengantisipasi atau tidak mengimprovisasi pada saat produksi maka produksi akan bisa gagal dan hal tersebut sangat berpengaruh terhadap *budgeting*, timeline yang sudah dipersiapkan dengan matang dan proses selanjutnya. Beda hal jika pembuatan video promosi adalah sebuah *project* dari pihak-pihak bersangkutan semua kebutuhan pasti sudah dipersiapkan seperti jadwal, *talent*, perijinan lokasi, akomodasi sudah dipersiapkan, kita sebagai *film maker* cukup mempersiapkan konsep dan melakukan produksi dengan sebaik mungkin. Inti dari saran penulis sebagai *film maker indent* yaitu harus mempersiapkan semua dengan matang dan mengikuti proses-proses pembuatan film secara berurutan agar proses produksi dan hasil video sesuai yang diharapkan. Membuat video promosi sangat menyenangkan karena secara tidak langsung kita juga mendapatkan pengalaman baru dalam hal produksi video dan hasil video yang kita buat pun sangat berguna bagi penonton sebagai referensi dan *target audience*.