

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat di ambil dalam proses pembuatan video *branding Teenager Are Deadly* adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video *branding Teenager Are Deadly* melalui beberapa tahap yaitu:
 1. Melakukan riset dengan cara mencari referensi video-video klip *branding* dari luar negeri di YouTube dan Vimeo.
 2. Menentukan Ide- Konsep yang matang sesuai dengan konsep dan *image* dari brand "*Teenager Are Deadly*" itu sendiri yaitu *modern street wear*.
 3. Perancangan storyboard sebelum melakukan proses syuting dengan menggambar *scene* yang berjumlah 32 *scene*.
 4. Pemilihan lokasi syuting yang tepat di berbagai tempat antara lain lapangan banteng, museum proklamasi, *velodrome*, Janti *flyover*, kampus UGM, kantor "*Teenager Are Deadly*", SPBU Rejowinangun, dan tempat parker Malioboro.
 5. Pengambilan gambar dengan melakukan syuting di lokasi yang telah ditentukan dan sesuai dengan *storyboard* yang telah dirancang.
 6. Melakukan editing dengan menambahkan beberapa efek visual seperti *write-on effect* dan *BadTV transition*. Kemudian menggabungkan tiap klip dan menambahkan *soundtrack*.

7. Mengunggah video klip ke internet dengan menggunakan *Vimeo* dan kemudian membagikan video klip tersebut kepada masyarakat umum dengan jejaring media sosial.
2. Menghasilkan *file* video klip *branding* berjudul "*Teenager Are Deadly – Shipwrecks of The Modern Age*" berdurasi 2 menit dengan format H.264 dan berekstensi *.mp4*
3. Pada tahap analisis SWOT yang telah dilakukan telah menunjukkan letak permasalahan yang dialami oleh *Teenager Are Deadly* yaitu ingin meningkatkan promosi *brandnya* ke komunitas remaja.
4. Pengetesan video *branding* dengan membuat questioner kepada pihak perusahaan, komunitas BMX dan Sinematografer, serta masyarakat umum khususnya remaja.
5. Hasil questioner menentukan apakah video *branding* layak untuk di sebarluaskan atau tidak, dan hasilnya adalah layak.
6. Penayangan video *branding* di lakukan pada media internet dengan mengunggah video *branding* ke *video search engine* yakni *Vimeo* yang kemudian *link* dari *Vimeo* tersebut akan di bagikan ke berbagai media sosial seperti facebook, twitter, path, instagram dan lain sebagainya.

Meskipun demikian, video *branding Teenager Are Deadly* ini masih memiliki kekurangan yaitu adanya beberapa clip yang kekurangan cahaya dan kurangnya stok gambar produk *Teenager Are Deadly*, serta kualitas suara dari permainan BMX kurang begitu terdengar.

5.2 Saran

Akhir dari penyelesaian skripsi ini setelah melakukan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka ditemukanlah saran sebagai berikut :

1. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video dengan menggunakan kamera DSLR adalah usahakan menggunakan *glidecam* untuk menghindari guncangan ketika pengambilan gambar secara bergerak. Tambahkan perangkat *eksternal microphone* pada kamera DSLR agar suara yang di hasilkan terfokus pada objek yang di tuju, dan dapat meminimalisir *noise*.
2. Lakukan syuting pada saat suasana lokasi hening. Sehingga tidak terlalu banyak suara-suara yang tidak di butuhkan dalam *footage*.
3. Penggunaan efek dan transisi minimalis pada pembuatan video *branding* akan menunjukkan *vibe* yang santai dan tidak terkesan berlebihan.
4. Penambahan *lighting* perlu diperhatikan pada saat syuting di area kurang cahaya atau pada malam hari.
5. Pembuatan video *branding* dengan resolusi tinggi akan terasa lebih menarik dibandingkan video dengan resolusi rendah.
6. Video *branding* sebaiknya di unggah ke situs pengunggah video yang sudah banyak di kenal masyarakat umum.