

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penulisan skripsi yang berjudul Penerapan Efek Sinematografi dan Motion Graphic pada Iklan di Sebelas Coffee Crafter antara lain:

1. Untuk membuat video iklan Sebelas Coffee Crafter menggunakan teknik efek sinematografi dan motion graphic membutuhkan tiga tahapan perancangan. Pertama Praproduksi, tahap ini merupakan tahap pembuatan *storyboard* dan *storyline*. Kedua Produksi, pada tahap ini merupakan tahap untuk pembuatan video promosi atau pengambilan gambar dengan mengimplementasikan efek *sinematografi* dan *motion graphic* pada video promosi sesuai dengan konsep yang telah dibuat dengan cara pengambilan gambar, rekaman audio, penerapan *backsound* dan penerapan efek sinematografi. Dimulai dari tahap pengambilan gambar diambil dengan menggunakan kamera Fujifilm X-T10 dan Stabilizer Zhiyun Crane 2. Dalam tahap pengambilan gambar semua pengaturan perekaman pengambilan gambar berada di resolusi 1920 x 1080 dengan 60 fps. Pengambilan gambar ini terdiri dari 15 shoot di Sebelas Coffee Crafter dengan *angle* yang disesuaikan dengan sinematografi. Yang ketiga adalah Pascaproduksi, pada tahap ini merupakan tahap pengkomposisian file hasil produksi, animasi *motion graphic*, dan proses editing dengan sound dengan menerapkan efek sinematografi yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat

dapat ditayangkan di Instagram.

2. Video iklan telah dievaluasi dan memenuhi aspek teknis kebutuhan fungsional maupun aspek teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.
3. Setelah semua aspek terpenuhi dan telah dievaluasi, video promosi di unggah ke akun intagram @sebelascoffee pada tanggal 23 Juli 2021 dengan 1.666 viewer.
4. Dengan adanya video promosi yang telah diunggah di akun istagram @sebelascoffee dengan penonton sebanyak 1,666 viewer dapat menaikkan *engagement* untuk mengikuti akun istagram Sebelas Coffee Crafter yang sebelumnya memiliki pengikut sebanyak 3,277 follower menjadi 3,950 follower dengan harapan dapat menaikkan penjualan produk pada Sebelas Coffee Crafter.



Gambar 5.1 Akun instagram sebelum adanya video promosi.



Gambar 5.2 Aksi instagram setelah adanya video promosi

5.2 Saran

Ada beberapa saran untuk pengembangan bagi peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Gunakan alat yang memenuhi standar pembuatan video, berkualitas baik dan spesifikasi yang tinggi agar video bisa dieksekusi dengan baik.
2. Konsep yang di buat harus lebih matang agar tidak terjadi kendala saat membuat sebuah video iklan.
3. Data-data yang dibutuhkan wajib berdasarkan sumber yang terpercaya, agar informasi yang di dapatkan atau disampaikan valid.
4. Disarankan untuk penelitian selanjutnya melakukan perkembangan teknik konsep video promosi mengikuti perkembangan teknologi terutama dibidang video agar ada perbedaan antara karya tulis lama dan karya tulis yang baru.