

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah dalam video iklan Warmindo Spesial Nasi Kulit Bjpglat, penulis sebagai sutradara mengkombinasikan beberapa teori menjadi kesatuan dan menarik kesimpulan menjadi tiga point. Pembabakan cerita *Three Act Structure* dalam *storytelling* dapat membuat plot satu dengan plot lainnya lebih mengalir karena alur cerita yang disajikan jelas, mulai dari pembabakan *set up*, *confrontation*, hingga *resolution*. Penggunaan teori instrinsik dari Edgar. V Roberts dengan empat pendekatan sangat membantu sutradara dalam mengetahui dan mengidentifikasi karakter tokoh utama dalam cerita iklan ini. Pengaplikasian unsur humor dengan teori Berger (2017), yaitu 1) *Language*; 2) *Logic*; 3) *Identity*; 4) *Action*, dapat menciptakan pesan humor kepada audiens. Walaupun penulis hanya menggunakan 3 dimensi, yaitu *parody*, *absurdity*, dan *mistakes*, namun pesan humor yang penulis sampaikan sudah dapat diterima oleh audiens. Unsur humor *absurdity* penulis gunakan untuk menciptakan suasana yang membingungkan dengan memadukan kostum dan aktivitas sehari-hari yang tidak biasa; unsur humor *mistakes* digunakan dengan tujuan untuk mengajak audiens berpikir bahwa kesalahpahaman dapat menjadi hal yang lucu; unsur humor *parody* penulis gunakan dengan maksud untuk meniru gaya berbicara dari orang lain.

Perpaduan ketiga unsur di atas menjadi satu kesatuan membuat cerita dalam video iklan Warmindo Spesial Nasi Kulit Bjpglat menjadi lebih hidup karena mengajak audiens untuk mengikuti konflik dan kisah perjalanan tokoh, dari yang awalnya tidak suka makan kulit sampai pada akhirnya bisa menerima di percobaan kedua. Unsur-unsur humor yang ditambahkan ke dalam cerita juga membuat efek 'ketagihan' pada audiens sehingga para audiens dapat mengikuti keseluruhan cerita sampai akhir.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, penulis bermaksud memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi *content creator* yang ingin melakukan produksi video serupa adalah:

- a. Penulis kurang memperhatikan waktu untuk proses produksi sehingga banyak adegan yang harus diulang karena cuaca yang tidak mendukung. Oleh karena itu, sutradara selanjutnya harus dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak terduga. Harus lebih memperhatikan dan menguasai proses pra-produksi, produksi, dan pasca produksi dengan baik dan terstruktur.
- b. Pertimbangkan isi dari pesan yang akan disampaikan dalam video iklan dengan matang. Sesuaikan dengan kebutuhan dari audiens dari perusahaan atau UMKM yang menjadi objek pembuatan konten.
- c. Penulis dan tim sempat kekurangan alat pada proses produksi sehingga video yang dihasilkan kurang maksimal. Oleh karena itu, persiapkan alat dan jumlah tim demi lancarnya proses produksi.
- d. Perhatikan latar belakang kultur aktor dan tempat syuting untuk menyesuaikan bahasa yang digunakan, baik di dalam naskah maupun pada proses produksi.
- e. Dalam pembuatan video iklan ini, penulis kurang memperhatikan *issue* negatif seperti, *healty issue* dan *sex issue*, yang secara tidak langsung disampaikan melalui pesan humor dalam video iklan yang diciptakan. Oleh karena itu, penulis berharap sutradara dan penulis naskah lainnya dapat lebih memperhatikan hal-hal tersebut.
- f. Penulis kurang memperhatikan kultur dengan bahasa dalam diaolog teks. Lalu untuk sutradara selanjutnya penulis menghimbau agar lebih memperhatikan hal tersebut agar kultur dan dialog lebih selaras.