

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Kekuatan visual *storytelling* adalah kemampuan gambar untuk menyampaikan makna cerita sebenarnya. *Storyteller* tidak hanya berfokus pada memberikan imajinasi kepada audiens, tetapi juga membuat cerita makna pesan visual sesuai dengan apa yang sudah ditentukan. Proses penciptaan video promosi dengan visual *storytelling* yang baik harus melalui beberapa tahapan produksi, diantaranya pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada video promosi *Twenty Seven Barbershoes*, dalam membangun kekuatan visual *storytelling* diperlukan beberapa aspek yang harus diperhatikan, video promosi ini memadukan kekuatan dari *storytelling* seperti *Educational*, *Emphatic* dan *Engaging*. Didukung dengan aspek-aspek teknik pengambilan gambar pada sinematografi, seperti pemilihan bingkai dan *framing* memiliki makna pesan visual yang selalu berbeda, aspek promosi mampu mempengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku audiens terhadap suatu produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan melalui tayangan video promosi. Proses produksi menjadi hal yang penting dalam memaksimalkan penyampaian *storytelling* kepada audiens. Kekuatan *storytelling* akan mempermudah penyampaian suatu informasi yang ingin disampaikan kepada audiens.

Pada pembuatan video promosi ini masih memiliki beberapa kekurangan seperti pada salah satu scene menggunakan angle kamera yang kurang pas serta pada pemilihan bingkai terdapat beberapa objek yang mengganggu sehingga membuat makna pesan visual kurang tersampaikan dengan jelas. Produksi video promosi ini juga diharapkan dapat memberikan video yang berkualitas dan mampu membagikan informasi mengenai identitas dari *Twenty Seven Barbershoes*. Adanya aspek promosi yang diperhatikan dalam pembuatan video seperti Perilaku, Sikap, Pemikiran menjadi suatu tantangan bagi penulis dalam mempengaruhi keinginan audiens.

## 5.2 Saran

Melalui kesimpulan tersebut dapat disampaikan beberapa poin yang perlu diperhatikan dalam penelitian selanjutnya yang memiliki keinginan untuk mengambil tema Kekuatan Storytelling pada video promosi agar dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Seiring perkembangan jaman pada industri kreatif ini diharapkan untuk membuat hal yang lebih unik dan baru sehingga mampu menarik minat audiens yang ada.

