

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari penelitian yang dilakukan mengenai penerapan komunikasi visual dalam color grading iklan video komersial Vourlabz, dapat disimpulkan bahwa video iklan "Local Limited" merupakan sebuah karya visual yang berhasil mempromosikan merek Vourlabz dengan menonjolkan ciri khas handmade pada setiap produknya. Peran editor dalam produksi video iklan terbukti sangat penting, tidak hanya pada tahap pasca produksi, tetapi juga pada tahap produksi dengan tugas-tugas yang mendukung kesuksesan video tersebut. Penerapan teknik color grading dalam video membuktikan kemampuannya dalam mengungkapkan pesan yang tersembunyi dengan lebih baik, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami pesan yang ingin disampaikan.

Selain itu, penggunaan teori psikologi warna dalam color grading video iklan memberikan kontribusi besar dalam menyampaikan pesan secara efektif dan meningkatkan kualitas visual video. Diharapkan bahwa melalui penelitian ini, pembaca dapat terinspirasi untuk menggali lebih dalam tentang penerapan color grading dan teori psikologi warna dalam karya-karya visual mereka di masa depan. Kesimpulan ini menegaskan pentingnya pemahaman dan penerapan komunikasi visual yang tepat dalam color grading untuk menciptakan iklan video yang menarik, efektif, dan mampu memengaruhi audiens secara positif.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana strategi pemasaran melalui video iklan dapat ditingkatkan melalui penerapan komunikasi visual yang cerdas dan color grading yang tepat. Video iklan "Local Limited" menjadi contoh nyata bagaimana kombinasi antara kreativitas dalam storytelling, teknik color grading, dan pemahaman psikologi warna dapat menciptakan karya visual yang memikat dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara berbagai aspek komunikasi visual dalam menciptakan iklan video yang sukses dan memikat bagi target pasar yang dituju.