

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan diatas, Penerapan teknik *editing* dalam proses produksi video iklan layanan masyarakat ini tidak hanya sambung menyambung gambar saja, akan tetapi dituntut untuk bisa melakukan tahapan teknik *editing* yang bertujuan untuk menyusun cerita dalam iklan layanan masyarakat, editor harus juga bisa bekerja sama dengan tim untuk terkait *editing* yang akan ditentukan, saat membuat konten. editor harus memiliki referensi konten iklan layanan masyarakat, *backsound*, *color grading*, dan teknik *editing*, editor harus bisa berkoordinasi dengan *Director of photography* untuk menentukan pada saat *editing* yang akan diinginkan, pada tahapan *editing* menggunakan *software adobe premier* dan *adobe after effects*, terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan sebagai editor, seperti *capturing*, *offline editing*, *online editing*, dan *mixing*.

Penulis harus bisa memahami teknik *editing* yang diterapkan sesuai kondisi yang diperlukan kedalam proses pembuatan karya *audio visual*, seperti teknik *editing cut* (*the hard cut*, *match cut*, *j-cut*, *cut-in*, *cross cut*, dan *cut away*.), transisi menggunakan *dissolve*, *wipe*, dan *faded*, *visual effect* membuat notifikasi telfon, *motion tracking*, *color grading*, *editing audio* menggunakan *audio transition* seperti *constant gain*, *constant power*, dan *exponential fade*, dan *editing audio* menggunakan *audio effects* seperti *de noise*, *parametric equalizer*, dan *multiband compressor*. Pembuatan karya iklan layanan masyarakat berkerja sama tim antara produser, penulis naskah, *director of photography*, dan editor yang sangat mempengaruhi hasil karya iklan layanan masyarakat.

5.2. Saran

Berdasarkan evaluasi dari hasil karya penulis, untuk kedepannya editor dapat lebih memaksimalkan ide konsep dan teknik *editing* yang digunakan, untuk dapat menghasilkan karya yang lebih maksimal lagi. Serta cerita yang ingin disampaikan kepada penonton dapat tersampaikan, sehingga dapat memberikan suatu informasi dalam bentuk *audio visual* yang bertujuan untuk menarik penonton. Editor harus bisa berinovasi dalam melakukan *editing* dengan membuat hal – hal baru kedalam karya yang dibuat. Untuk editor harus bisa mencari referensi lebih banyak tentang video iklan layanan masyarakat, mengatur waktu untuk *editing*, dan selalu tepat waktu saat mengerjakan suatu *editing* yang bertujuan saat ada revisi dapat dikerjakan tanpa terburu – buru.

Pembaca yang ingin menjadi seorang video editor, sebaiknya harus mendalami atau memantapkan dasar – dasar teknik *editing* seperti teknik *cutting*, macam – macam transisi, efek visual, *motion tracking*, dan *color grading*. Editor harus juga memahami konsep dan naskah dari iklan layanan masyarakat yang akan dibuat, untuk saat waktu *editing* tidak adanya kesalahan konsep yang sudah dikerjakan, editor harus bekerjasama dengan baik di tim agar dapat melancarkan saat pembuatan karya iklan layanan masyarakat, dan untuk pembaca, pada saat pembuatan karya iklan layanan masyarakat harus bisa memperhatikan waktu ideal pada pembuatan iklan layanan masyarakat yang berdurasi 1 menit.