

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada video iklan komersial SuperMigunani, Director of Photography telah menerapkan Teknik sinematografi 5C dalam iklan komersial Super Migunani. Penyampaian pesan secara visual sesuai dengan isi dan fungsi Iklan Komersial. Penerapan Teknik sinematografi melalui pendekatan 5C (*Composition, Camera Angle, Continuity, Cutting, dan Close up/typeshot*) yang berperan penting dalam membangun suasana visual yang kuat dan narasi yang efektif dalam iklan “Super Migunani”.

Penggunaan komposisi (*composition*) seperti *rule of third* berhasil mengarahkan perhatian penonton pada subjek utama dan memperkuat fokus visual. Membantu mengarahkan fokus penonton pada subjek utama dengan menempatkannya pada titik-titik pemotongan garis imajiner, sehingga visual tampak lebih menarik. Sementara itu penggunaan *depth of field* memepertegas informasi visual yang ingin disampaikan.

Teknik camera Angle seperti *eye level, low angle, dan high angle* menambah dinamika emosional dan makna dari tiap adegan. Penggunaan *eye level* memberikan kesan netral dan natural. Penggunaan *Low Angle* dimanfaatkan untuk memberikan kesan dominan dan kuat pada tokoh pahlawan Super Migunani, menggambarkan sebagai sosok yang berwibawa dan solutif bagi petani dan peternak. Dan *High Angle* digunakan untuk memberikan perspektif luas terhadap latar, seperti menampilkan area persawahan dan kebun.

Variasi *type shot* dari *full shot, medium shot, hingga close up* dipilih dengan pertimbangan ekspresi, detail produk, serta hubungan karakter dengan lingkungannya, yang memperkuat pesan dalam tiap adegan. Selain itu Teknik *Continuity* diterapkan dengan baik untuk menjaga kesinambungan alur cerita, sementara *Cutting* yang efektif mempercepat ritme narasi dan menjaga aya Tarik penonton.

Dengan demikian, pembuatan iklan komersial Super Migunani menjadi sarana untuk menyebarkan informasi tentang produk olahan dari TPS 3R Migunani Plalangan, Pandowoharjo, Sleman.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang disajikan dalam skripsi ini, saran yang dapat diberikan penulis kepada content creator dalam pembuatan sebuah karya yaitu:

- a. Sebagai saran akademis, diharapkan hasil penulisan ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang melaksanakan tugas dalam pembuatan video Iklan Komersial. Terutama penelitian lanjutan terkait dengan dampak respon masyarakat, perubahan kesadaran, dan penjualan terhadap produk olahan dari instansi suatu daerah atau produk UMKM.
- b. Dengan adanya karya iklan komersial "Super Migunani" penulis berharap produk olahan TPS 3R migunani Plalangan dapat menjangkau kahlayak luas serta meningkatkan penjualan produk olahan TPS 3R Migunani plalangan. Dengan adanya iklan Komersial Super Migunani ini, oenulis berharap BUMdes Amarta dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar kususny diwilayah Pandowoharjo, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Director of Photography dan tim, penting untuk mengembangkan sistem kerja yang lebih terorganisir. Khususnya dalam hal perencanaan waktu dan pengarahan kepada actor non professional.