

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam pembuatan iklan komersial "Super Migunani", penulis berperan sebagai sutradara yang memiliki tanggung jawab penting dalam setiap tahap produksi, mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Proses berpikir kreatif yang diterapkan terdiri dari empat tahap yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Mulai dari tahap persiapan, penulis melakukan pengumpulan masalah dan identifikasi masalah. Tahap inkubasi, mulai munculnya ide penulis bersama tim kreatif lalu ditiadakan sejenak. Tahap iluminasi, momen ketika ide utama muncul dan dianggap layak untuk dieksekusi. Tahap terakhir yaitu verifikasi, tahap analisis ide dan pengajuan ide untuk menyelesaikan masalah dengan berdiskusi lagi apakah hasil karya disetujui sesuai dengan yang diinginkan.

Sutradara perlu mengembangkan ide kreatif dari eksplorasi dan pemanfaatan referensi karya sebelumnya, sehingga mendapatkan hasil yang berbeda dari karya video lainnya. Seorang sutradara dituntut untuk menghasilkan karya *audio visual* yang menarik melalui proses kreatif yang diterapkan sehingga menghasilkan karya yang sesuai rencana dan keinginan. Sebagai sutradara, penulis harus memiliki kemampuan untuk menerjemahkan naskah menjadi karya *audio visual* dengan pesan yang ingin disampaikan. Seorang sutradara dituntut juga untuk memiliki keahlian menyelesaikan masalah ketika terjadi kendala pada saat proses produksi.

Proses kreatif sutradara meliputi tiga tahap utama, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dalam tahap pra-produksi, dilakukan riset dan pengumpulan informasi melalui wawancara dengan pihak terkait. Pada tahap produksi, sutradara bertanggung jawab untuk mengarahkan pengambilan gambar dan memastikan bahwa visi kreatif terwujud. Sedangkan pada tahap pasca produksi, dilakukan untuk menyempurnakan hasil akhir iklan. Iklan komersial ini menghasilkan kombinasi baru dari referensi yang dikumpulkan dan diterapkan pada karya. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan proses kreatif yang baik dapat menghasilkan iklan yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan.

5.2. Kendala dan Pemecahan Masalah

Kendala yang dihadapi tim saat melakukan proses produksi sangatlah minim, tetapi ada sedikit kendala seperti sebagai berikut :

- a. Terdapat kesulitan dalam mengarahkan gaya atau peran yang harus diperagakan oleh aktor, karena aktor menggunakan masyarakat sekitar TPST 3R Migunani Plalangan.
- b. Menentukan jadwal pengambilan gambar.
- c. Sulitnya menghubungi pihak dari TPS 3R Migunani Plalangan.

Pemecahan masalah yang dilakukan yaitu sutradara bersama tim menyusun jadwal produksi jauh-jauh hari dan mendiskusikannya bersama semua pihak yang terlibat untuk mendapatkan jadwal yang fleksibel, saat produksi berlangsung tim berusaha menciptakan suasana yang nyaman agar masyarakat yang terlibat merasa lebih percaya diri sakk berakting.

5.3. Saran

Setelah melihat hasil karya, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penulis, pembuat karya dan masyarakat, yaitu :

- a. Dengan adanya karya iklan komersial “Super Migunani”, penulis berharap produk olahan TPS 3R Migunani Plalangan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas serta dapat meningkatkan penjualan produk olahan TPS 3R Migunani Plalangan. Dengan adanya iklan ini, penulis berharap citra BUMDes Amarta dan divisi lainnya dapat meningkat dan lebih dikenal masyarakat luas.
- b. Karya ini diharap bisa digunakan sebagai referensi kepada para pembuat karya selanjutnya berkaitan dengan proses kreatif sutradara dalam pembuatan iklan komersial. Karya ini diharap dapat dikembangkan dengan membahas proses kreatif dari perspektif peran lainnya, seperti penulis naskah, produses, atau editor.
- c. Sutradara dan tim penting untuk mengembangkan sistem kerja yang lebih terorganisir , khususnya dalam hal perencanaan waktu dan pengarahan kepada aktor non profesional.