

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Iklan komersial Royal Jewelry "*A Tale at My Fingertips*" diciptakan untuk mempromosikan cincin pernikahan dengan pendekatan elegan dan komedi. Sinematografi dalam iklan komersial ini memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan visual dan membangun keterikatan *audiens*. Penggunaan konsep visual elegan disisipkan komedi tetap menghibur tanpa mengurangi kesan romantis dan mewah dari produk. Iklan ini menekankan kekuatan ekspresi, gestur tubuh, serta interaksi antar tokoh untuk menggambarkan makna sebuah cincin sebagai simbol cinta, dan komitmen.

Sebagai Director of Photography, penulis memegang kendali atas visual dengan konsep elegan dan komedi. Penggunaan *extreme close-up* menegaskan nilai dan keindahan cincin, sementara *medium shot*, *high angle*, *rule of thirds*, dan *center* membantu mengarahkan perhatian penonton secara alami tanpa terasa dipaksakan. Teknik kamera *static* dan tanpa dialog juga memberikan ruang bagi penonton untuk menafsirkan pesan visual secara mandiri, sehingga keterlibatan emosional dapat tercipta dengan lebih kuat.

Secara keseluruhan, karya ini menunjukkan bahwa penerapan teknik sinematografi Brodwell & Thompson yang dirancang oleh penulis mampu menyampaikan pesan sutradara yaitu kesan elegan dan komedi melalui sebuah brand secara efektif dan emosional. Iklan komersial Royal Jewelry "*A Tale at My Fingertips*" tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga membangun pengalaman visual elegan dan komedi yang menggambarkan nilai dan cerita di balik sebuah cincin Royal Jewelry.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan dan pembahasan karya dari iklan komersial Royal Jewelry "*A Tale at My Fingertips*" yang menerapkan konsep elegan dan komedi dengan landasan teori sinematografi dari Bordwell & Thompson, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas eksplorasi

penggunaan teori sinematografi Bordwell & Thompson dengan mengombinasikannya dengan teori komunikasi visual, semiotika visual, atau teori *brand storytelling*. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif dalam menganalisis bagaimana elemen sinematografi tidak hanya membentuk estetika visual, tetapi juga memproduksi makna, simbol, dan persepsi merek di benak *audiens*.

Selain itu, juga dapat mengembangkan penerapan teori sinematografi pada konteks karya audio visual yang berbeda dengan konsep elegan komedi, seperti iklan digital berdurasi sangat pendek, konten media sosial vertikal, atau kampanye lintas platform. Dengan demikian, efektivitas teori Bordwell & Thompson dapat diterapkan lebih beragam sesuai dengan perkembangan media digital dan kebutuhan industri saat ini. Penerapan tersebut tidak hanya berfokus pada aspek teknis dalam pengambilan gambar, tetapi juga pada konteks kreatif dan strategis seorang *Director of Photography* dalam menerjemahkan visi sutradara dan kebutuhan merek.

Iklan komersial Royal Jewelry “*A Tale at My Fingertips*” diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga mampu menjadi karya audio visual yang menghibur dan berkesan bagi *audiens*. Penggabungan unsur humor dan elegan dengan *storytelling* emosional terbukti mampu menarik perhatian penonton sekaligus memperkuat citra merek Royal Jewelry. Pendekatan ini diharapkan dapat terus dikembangkan agar iklan yang dihasilkan semakin efektif dan mudah diingat.