

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Iklan komersial Royal Jewelry “A Tale at My Fingertips” menggunakan Freytag’s Pyramid untuk menyusun alur cerita secara sistematis melalui lima tahap: eksposisi, aksi naik, klimaks, aksi jatuh, dan resolusi. Eksposisi memperkenalkan karakter utama dan produk dengan cara emosional, membangun keterikatan awal audiens. Aksi naik menghadirkan interaksi sosial yang meluas dan humor ringan, dari keluarga, teman, hingga orang asing, sehingga humor terasa natural dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Klimaks dicapai melalui adegan absurd, seperti reaksi seekor kambing terhadap cincin, menghadirkan humor visual universal yang dapat diterima berbagai audiens.

Aksi jatuh menurunkan ketegangan secara bertahap sambil tetap menonjolkan keindahan produk, memperkuat persepsi premium. Resolusi menutup narasi dengan pasangan pengantin bahagia dan visual elegan, menegaskan simbol cinta dan momen emosional. Dari perspektif penyutradaraan, penempatan humor secara strategis menjaga elegansi dan fokus pada produk, menciptakan humor organik sekaligus memperkuat citra cincin sebagai simbol cinta dan pengalaman emosional bernilai. Iklan ini menunjukkan bahwa naratif klasik, humor yang elegan, visual storytelling, dan referensi budaya kontemporer mampu membangun keterikatan emosional, meningkatkan brand awareness, dan menghadirkan pengalaman menonton yang menyenangkan dan berkesan.

5.2. Saran

Dalam proses produksi iklan komersial “A Tale at My Fingertips” Royal Jewelry, terdapat beberapa kendala yang dihadapi baik pada tahap pra-produksi maupun produksi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu produksi, yang menuntut seluruh tim bekerja secara efisien dalam rentang waktu yang relative singkat. Kondisi ini diperkuat oleh kesibukan masing-masing anggota tim, sehingga koordinasi jadwal menjadi tantangan tersendiri dalam memastikan seluruh proses berjalan sesuai perencanaan. Selain itu, kendala juga muncul pada tahap pemilihan aktor, khususnya dalam mencari pemeran yang tidak hanya sesuai secara visual

dengan citra brand Royal Jewelry, tetapi juga mampu menyampaikan emosi secara natural tanpa dialog verbal.

Mengingat konsep iklan ini mengandalkan ekspresi, gestur, dan Bahasa tubuh sebagai alat utama penceritaan, pemilihan actor menjadi aspek yang krusial yang membutuhkan pertimbangan matang dan proses seleksi yang lebih intensif. Tantangan berikutnya berkaitan dengan pemilihan lokasi syuting dan perizinan lokasi. Beberapa lokasi yang secara visual sesuai dengan kebutuhan cerita memerlukan izin khusus dan penyesuaian waktu pengambilan gambar. Hal ini berdampak pada fleksibilitas produksi. Berdasarkan kendala-kendala tersebut, disarankan agar pada produksi selanjutnya proses pra-produksi dilakukan dengan perencanaan yang lebih matang.

Terutama dalam penyusunan jadwal kerja yang realistis dan fleksibel, serta koordinasi tim lebih intensif. Pemilihan actor juga disarankan dilakukan lebih awal melalui proses casting yang struktural. Selain itu, perizinan lokasi sebaiknya dipersiapkan sejak tahap pra-produksi, termasuk menyiapkan alternatif lokasi cadangan untuk mengantisipasi kendala teknis di lapangan. Ke depannya, iklan komersial "A Tale at My Fingertips" diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga mampu menjadi karya audio visual yang menghibur, emosional, dan mudah diingat oleh audiens. Dengan demikian, strategi penyutradaraan yang menggabungkan unsur humor dan storytelling emosional dapat semakin efektif dalam memperkuat citra merek Royal Jewelry serta meningkatkan keterlibatan audiens terhadap produk yang ditampilkan.