

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan rangkaian analisis dan proses penciptaan karya yang dijalani, terlihat bahwa pengelolaan teknik sinematografi dan *editing* yang dirancang secara sadar memiliki peran penting dalam membentuk *mood visual* pada *video company profile* PAUD Terpadu Allifa Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. Pilihan sudut pengambilan gambar seperti *establishing shot* yang memperkenalkan ruang sekolah, *high angle shot* yang secara halus menghadirkan kesan aman dan ramah, hingga *low angle shot* yang menegaskan identitas lembaga, tidak muncul secara kebetulan, melainkan bekerja bersama membangun cara audiens memaknai lingkungan dan aktivitas di dalamnya. Pencapaian alami yang dimanfaatkan sepanjang proses pengambilan gambar turut menghadirkan nuansa hangat dan realistis, mendekati suasana keseharian anak-anak yang bermain dan belajar. Pada tahap pascaproduksi, kesan tersebut diperkuat melalui ritme *editing* yang stabil dan tidak tergesa-gesa, penggunaan transisi *fade in* dan *fade out* yang membuat alur *visual* terasa mengalir, *color grading* bernuansa ceria yang selaras dengan karakter dunia anak, serta dukungan musik latar bertempo ringan dan bernada positif yang membantu membangun kedekatan emosional dengan penonton.

Secara keseluruhan, temuan ini sejalan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada analisis pemanfaatan teknik sinematografi dan *editing* sebagai strategi pembentuk *mood visual* dalam *video company profile* PAUD. Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi *audio visual* dengan menegaskan keterkaitan antara aspek teknis produksi dan pembentukan emosi audiens, sementara secara praktis dapat menjadi rujukan bagi pembuat video institusional, khususnya di bidang pendidikan anak usia dini, dalam merancang media *visual* yang komunikatif dan persuasif. Meski demikian, ruang lingkup penelitian yang terbatas pada satu lembaga PAUD serta penggunaan pendekatan kualitatif berbasis praktik penciptaan menjadikan temuan ini belum dapat digeneralisasi secara luas, sehingga penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada

perbandingan antar lembaga, pengkajian respons *audiens* secara langsung, atau penggabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna memperdalam pemahaman tentang peran sinematografi dan *editing* dalam pembentukan *mood visual* video institusional.

## 5.2 SARAN

- a) Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi *visual* dan produksi *audio visual*, khususnya terkait peran teknik sinematografi dan *editing* dalam pembentukan *mood visual* pada video institusional pendidikan anak usia dini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kerangka konseptual yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara elemen teknis produksi (seperti sudut kamera, pencahayaan, pergerakan kamera, ritme editing, dan *color grading*) dengan respons emosional audiens. Peneliti selanjutnya juga dianjurkan untuk mengkaji *mood visual* secara lebih mendalam melalui pendekatan lintas disiplin, misalnya dengan mengintegrasikan teori psikologi persepsi visual dan emosi audiens. Selain itu, penggunaan metodologi alternatif seperti studi komparatif antar lembaga pendidikan atau pendekatan *mixed methods* diharapkan dapat meningkatkan validitas dan generalisasi temuan, serta memperkaya pemahaman teoretis mengenai efektivitas video company profile sebagai media komunikasi visual institusi pendidikan.
- b) Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh praktisi produksi *audio visual*, khususnya pembuat video company profile di bidang pendidikan anak usia dini, sebagai acuan dalam merancang proses produksi yang lebih terencana dan berorientasi pada karakter audiens. Penerapan sudut pengambilan gambar yang ramah, penggunaan pencahayaan alami, pergerakan kamera yang halus, serta teknik *editing* dan *color grading* dengan warna-warna ceria perlu disesuaikan dengan dunia anak agar *mood visual* yang dihasilkan mampu membangun kesan positif, hangat, dan edukatif. Bagi pengelola PAUD dan pemangku kepentingan pendidikan,

*video company profile* yang dirancang dengan memperhatikan aspek *mood visual* dapat dijadikan media komunikasi dan pencitraan lembaga yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dalam memperkenalkan lingkungan belajar kepada orang tua dan masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan video sebagai media promosi dan informasi diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat citra lembaga pendidikan anak usia dini.

