



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Secara garis besar video iklan ReCharge Indonesia ini bertujuan untuk meningkatkan *product knowledge* melalui demo produk, dimana ReCharge memberikan kemudahan melalui produknya yang mudah digunakan dan tersedia di mana-mana. Penggunaan layar vertikal juga menjadi salah satu cara yang digunakan untuk menarik calon pengguna. Peningkatan *product knowledge* itu divisualkan melalui interaksi yang dilakukan oleh dua orang yang melakukan *vlogging*, dimana salah satu orang memberikan pengenalan dan instruksi mengenai penggunaan ReCharge. Proyek kali ini terdiri dari dua video yang masing masing berdurasi 60 detik. Pada *project* kali ini penulis mendapatkan tugas memenuhi keinginan dari klien berupa *output* video vertikal iklan ReCharge yang dapat menarik perhatian.

Dalam melakukan *project* kali ini penulis banyak menyesuaikan tampilan visual yang dibuat karena terdapat perbedaan dalam *aspect ratio* yang akan dihasilkan yaitu 16:9. Salah satu aspek yang utama adalah komposisi, dimana komposisi akan mempengaruhi banyak hal visual lainnya. Seperti pada *project* kali ini komposisi sangat berpengaruh pada tampilan kostum, karena kostum pada komposisi ini menjadi hal yang dominan di dalam *frame*. Dengan kostum yang menjadi hal dominan, maka muncul lagi aspek lain yang perlu diperhatikan yaitu warna dan juga *style* kostum yang digunakan. Dengan penyesuaian dan juga

kesatuan dari setiap aspek *art* tersebut maka tampilan visual akan tetap bagus dan akan menciptakan kesesuaian yang mendukung naratif, yaitu pesan peningkatan *product knowledge* yang dibawa. Apalagi target pasar ReCharge itu sendiri merupakan orang-orang yang sudah terbiasa dengan layar vertikal.

Di setiap *shot* penulis melakukan penataan untuk menyesuaikan dengan *aspect ratio* yang digunakan untuk mendukung naratif dalam meningkatkan *product knowledge* tersebut. Penggunaan warna yang mencolok dan juga aksen hijau yang ada di setiap *shot* memberikan daya tarik yang cukup kuat agar penonton melihat video iklan ini dan juga aksen hijau yang muncul memberikan gambaran ReCharge yang sedia setiap saat. Kemudian penataan kostum yang diberikan kepada karakter pada iklan ini disesuaikan dengan target pasar ReCharge itu sendiri yang mengincar kalangan milenial yang sering menggunakan *handphone* dalam kesehariannya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa bagian-bagian penunjang visual dapat disatupadukan untuk saling mendukung tampilan visual vertikal. Perpaduan antara komposisi, kostum, *set*, dan warna dapat menghasilkan tampilan visual vertikal tanpa menghilangkan sisi naratif yang dibangun. Diartikan bahwa bagian-bagian penunjang tersebut tidak dapat berdiri sendiri untuk membentuk visual vertikal.

## 5.2. Saran

Riset merupakan proses yang sangat penting dilakukan sebelum memulai sebuah produksi. Hal ini bertujuan supaya ketika memulai memproduksi sebuah film atau iklan, seseorang sudah siap dengan perancangan yang matang. Dengan

demikian nantinya proses produksi dapat berjalan dengan lancar, dan jika terjadi masalah penulis dapat menyelesaikan masalah tersebut. Dengan ini riset juga dapat memperkaya sumber dan juga teori-teori yang dibutuhkan. Seperti pada penelitian kali ini dimana tidak banyak teori yang membahas *vertical video*, maka penulis harus banyak melakukan riset untuk mendapat teori lain yang mendukung *vertical video*.

Selain itu bagian-bagian penunjang visual yang terdiri dari banyak hal dapat dimanfaatkan lebih jauh lagi, karena masih banyak hal di dalamnya yang dapat mendukung terbentuknya video vertikal, yaitu tidak terbatas hanya pada komposisi, lokasi, dan kostum serta warna. Kemudian dengan melihat perkembangan teknologi media saat ini, tidak menutup kemungkinan semakin bertambahnya media penerapan video vertikal. Maka sebagai konsekuensinya semakin besar pula kemungkinan pembuatan video vertikal untuk diletakkan pada media tersebut. Perancangan video vertikal menjadi hal yang harus diantisipasi lebih lanjut lagi, agar didapatkan video vertikal yang lebih baik dalam hal *visual* yang mendukung naratif, terutama untuk dunia periklanan yang mengharuskan banyak inovasi baru.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A