



### **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**

Dalam pembuatan video promosi Portable Kitchen dan Bar, seorang *copywriter* berperan penting dalam menuangkan ide dan konsep ke dalam sebuah adegan di dalam sebuah naskah. Seorang *copywriter* harus dapat memperhatikan setiap detail deskripsi visual dalam sebuah adegan terutama dalam memvisualisasikan 3 variasi promo yang ingin ditawarkan didalam video promosi Portable Kitchen dan Bar.

Langkah-langkah yang dilakukan seorang *copywriter* yaitu menyiapkan pertanyaan dan video referensi yang akan diberikan kepada pihak Portable Kitchen dan Bar, kemudian naskah awal dibuat setelah melakukan riset ide dan konsep berdasarkan video referensi yang terdapat kesamaan ide dan konsep yang ingin diterapkan dalam pembuatan video promosi. Saat bertemu dengan *client*, beberapa pertanyaan diajukan kepada *client* untuk lebih mengetahui keinginan *client* terhadap video promosi yang akan dibuat dan memberikan dokumen *client brief* untuk diisi oleh *client*.

Proses analisis dokumen *client brief* dilakukan dengan menggunakan metode SWOT untuk menemukan kekurangan dan kelebihan dari Portable Kitchen dan Bar. Setelah itu proses menentukan konsep dan target penonton dilakukan, target penonton yang telah ditentukan yaitu pekerja kantoran umur 24-39 tahun kelas menengah ke atas. Setelah target penonton ditentukan, proses membuat treatment dilakukan berdasarkan naskah yang telah dibuat untuk mengetahui visual

dan elemen visual apa saja yang akan digunakan untuk memvisualisasikan 3 variasi promo yang ingin ditawarkan di dalam video promosi Portable Kitchen dan Bar.

Setelah proses analisis *client brief* dan membuat *treatment* telah dilakukan, terdapat kesamaan ide tentang visual apa yang akan diterapkan ke dalam naskah *draft* kedua. Dalam pembuatan naskah *draft* kedua terdapat banyak perubahan yang terjadi karena untuk memvisualisasikan 3 variasi promo yang ingin ditampilkan di dalam video promosi Portable Kitchen dan Bar. Perubahan *scene* tersebut terjadi setelah hasil diskusi penulis dan tim agar sebuah video promosi menjadi lebih baik dan lebih mudah dipahami oleh target penonton yang telah ditentukan dengan metode *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* untuk menggambarkan 3 variasi promo yang ingin dipromosikan di dalam video promosi Portable Kitchen dan Bar yang terdiri dari *monday promo 20k*, *live music everyday*, dan *personal event*.

Saat proses pembuatan video promosi Portable Kitchen dan Bar, kerja sama dan komunikasi yang baik antara *copywriter*, *creative director*, dan *account executive* merupakan kunci dalam penyelesaian video promosi tepat waktu dengan hasil yang memuaskan bagi *client*. Komunikasi terhadap *client* harus dilakukan dengan sangat baik agar *client* tahu apakah proses pembuatan video promosi berjalan dengan lancar dan selesai dengan tepat waktu. Setelah melihat hasil akhir dari pembuatan video promosi penulis dapat memahami bahwa video promosi merupakan sarana terbaik untuk memasarkan sebuah produk perusahaan terutama dalam memvisualisasikan promo unggulan yang ingin ditawarkan dan menarik minat konsumen sesuai dengan target pasar yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut.

## 5.2 Saran

Dalam pembuatan sebuah video promosi yang baik proses riset ide dan konsep beserta pencarian video referensi merupakan faktor yang sangat penting terhadap keberhasilan proses pembuatan video promosi dengan hasil yang memuaskan, terutama dalam memvisualisasikan promo unggulan sebuah perusahaan ke dalam sebuah video promosi yang akan ditunjukkan kepada target pasar yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut.

Seorang *client* terkadang tidak memahami seperti apa video promosi yang akan dibuat. Oleh karena itu, penulis dan tim berperan untuk memberi masukan ide dan mengarahkan *client* kepada ide dan konsep yang akan dibuat ke dalam video promosi. Proses pembuatan ide dan konsep tentu harus berdasarkan sebuah dokumen *client brief* agar dapat lebih memahami kelebihan dan kekurangan sebuah perusahaan tersebut dan tentunya keinginan *client* terhadap sebuah video promosi yang ingin dibuat.