

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam produksi *corporate video* untuk PT. Purinusa Jayakusuma dalam mempromosikan perumahan barunya yang bernama Aryana Karawaci penulis menyimpulkan bahwa dalam menerapkan konsep fantasi dalam *mise en scene* penemuan teori mengenai fantasi sangat membantu proses berpikir untuk mengetahui fantasi seperti apa yang akan diterapkan, apakah berbentuk khayalan yang mirip dengan kehidupan sehari-hari atau fantasi dengan wujud yang aneh dan tidak pernah penonton temui di kehidupan sehari-hari. Selain itu penemuan teori fantasi juga membantu memetakan elemen *mise en scene* mana saja yang bisa diberi sentuhan fantasi sehingga penonton paham adegan tersebut hanya berupa khayalan dari perspektif tokoh dalam cerita.

Konsep fantasi cocok diterapkan dalam *mise en scene* dalam pembuatan *corporate video* perumahan Aryana Karawaci karena penulis sangat terbantu dengan penemuan mengenai teori fantasi yang kemudian memudahkan penulis sebagai sutradara dalam memenuhi ide kreatif dan mengeksekusi ide fantasi ke dalam elemen *mise en scene*. Teori fantasi yang penulis temukan membantu proses eksekusi ide karena mampu menerjemahkan ide yang ingin diterapkan dari *creative brief*. Selain itu, teori fantasi yang ditemukan penulis tidak hanya mempermudah penelitian kualitatif yang dilakukan penulis namun juga membantu

anggota tim lain untuk mengaplikasikannya ke aspek lain misalnya *editing* dan *coloring*.

5.2. Saran

Dalam perancangan suatu produksi sutradara harus lebih jelas dalam mengutarakan konsepnya dan juga konsisten dengan keputusan yang diambil, namun di samping itu sutradara juga harus membuka diri dengan saran yang diberikan oleh anggota lain dalam kelompok. Sehingga keterampilan komunikasi menjadi penting dalam sebuah produksi karena membantu kelancaran proses *brainstorming* dengan seluruh tim dan di sisi lain komunikasi penting untuk bisa menyampaikan konsep yang telah dirancang kepada klien yang basisnya tidak banyak mengetahui istilah teknis dalam film.

Anggota kelompok harus diberikan *deadline* yang jelas meskipun klien cenderung memaklumi kendala yang ada misalnya pandemi, karena jika tidak anggota kelompok cenderung terlalu santai dan menyepelekan proses produksi secara keseluruhan. Selain itu klien juga berhak untuk mengetahui berita terkini mengenai proses produksi video promosi yang diinginkannya dari waktu ke waktu.

Klien selalu menganggap target pasarnya adalah semua orang dari semua kalangan. Maka dari itu penting bagi anggota tim untuk mempersiapkan amunisi pertanyaan yang detail agar terhindar dari jebakan jawaban klien yang terlalu *general* dan bisa menyusun *creative brief* yang tepat.