

close up, dan pergerakan kamera *track in* bertujuan agar penonton bisa melihat produk Re.juve lebih dekat dan lebih jelas. Namun, pada saat mengerjakan *shot* ini terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis seperti ruangan kamar yang menjadi tempat mengerjakan *scene 12 shot 1* tidak cukup luas.

Kesimpulan dari survei yang penulis buat adalah seluruh 109 orang yang mengisi kuesioner menjawab *scene 12 shot 1* berhasil memberikan kesan bahwa produk Re.juve selalu bisa diandalkan untuk menemani kita dalam menjalani pola hidup sehat.

6. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah penulis dapatkan mengenai penulisan skripsi Penerapan Teknik Komposisi *Rule of Third*, *Shot Close Up*, dan *Track In Camera Movement* dalam membuat *Packshot* untuk iklan Re.juve. Penulis mendapatkan kesimpulan cara menerapkan elemen sinematografi dalam membuat *packshot* untuk video iklan Re.juve. Kesimpulannya elemen sinematografi bisa dijadikan panduan dalam merancang sebuah *packshot*. Sebab, sebuah *packshot* menjadi salah satu bagian penting dalam kesatuan video iklan. Serta elemen sinematografi, menjadi bahasa yang menyampaikan informasi tersirat lewat visual.

Terdapat pula keterbatasan yang dialami penulis yaitu tidak semua teori yang dipilih dapat diaplikasikan pada *shot* yang sudah dirancang oleh penulis. Oleh karena itu, penelitian lanjutan yang mungkin bisa dihasilkan yaitu bagaimana pengaruh perancangan gambar pada penjualan suatu produk.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, E. M. (2018). *Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI.
- Bate, D. (2016). *Photography: The Key Concepts*. London: Bloomsbury.
- Bowen, J. C. (2018). *Grammar of the Shot*. New York: Taylor & Francis.
- Brown, B. (2012). *Cinematography Theory and Practice: Image Making for Cinematographers and Directors*. Oxford: Elsevier.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.