

penulis merancang terlalu banyak *set* dan *blocking* yang cukup kompleks hingga pada akhirnya terlalu berlebihan. Walaupun penulis berperan sebagai sutradara, penulis juga harus bisa memperhitungkan waktu dan kemampuan kru untuk merealisasikan konsep yang penulis inginkan.

Mulai dari teknis pengambilan gambar hingga pengerjaan *set*, penulis harus lebih matang dalam mempersiapkan semuanya termasuk komunikasi yang jelas agar kru dapat mudah dan tanggap dalam mewujudkan konsep energik yang ideal bagi penulis. Penulis juga memiliki keterbatasan waktu karena pemilihan lokasi yang lumayan jauh sehingga menghambat penulis untuk *trial and error* dalam penggunaan teknik *point of view*.

6. KESIMPULAN

Penulis sejauh ini merasa cukup puas akan penggunaan teknik *point of view* (POV) yang penulis terapkan di dalam karya tugas akhir penulis karena mampu memvisualkan energik yang ingin penulis ciptakan. Dalam memvisualisasikan konsep energik, teknik *point of view* sangat membantu membangun konsep energik karena secara efektif memberikan intensitas tersendiri bagi video iklan Ortuseight.

Penerapan *first person point of view* dan indikasi subjektif penggunaan “*I*”, “*Ours*”, dan “*Ourselves*” berperan penting dalam pembentuk ritme yang kemudian menghasilkan emosi energik pada keseluruhan video iklan. Penulis juga masih merasakan tidak puas akan banyak aspek, seperti durasi yang terasa berlebihan untuk adegan *free run* sehingga terkesan membosankan dan repetitif. Pembahasan penulis mengenai *first person point of view* dan energik memang spesifik dan terarah, tetapi penulis merasa harus memperkaya literasi untuk menambah variasi dari video iklan yang akan penulis buat selanjutnya. Banyak aspek penting lain yang dapat penulis gali lebih dalam karena kekurangan penulis pada video iklan ini seperti penggunaan *talent* yang sesuai citra klien, pemanfaatan *set* dan ruang, serta *gesture* dan pemanfaatan *mise en scene* lainnya yang dapat menyampaikan informasi secara tersirat dan estetik.

Penulis memiliki cukup spesifik akan literasi mengenai *first person point of view* serta teori pendukung lainnya yang akan digunakan sehingga memudahkan penulis untuk mengimplementasikan teori tersebut ke dalam laporan penulis. Penulis juga menyarankan agar selain mencari banyak literasi akan topik terkait, para mahasiswa juga harus secara aktif dan langsung riset terhadap *set* yang akan dikembangkan, terlepas dari konsep yang akan digunakan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Bruce, B. (2008) *The Visual Story, Second Edition: Creating the Visual Structure*. Boston: Focal Press.
- Chandler, G. (2009). *Film Editing: Great Cuts Every Filmmaker and Movie Mover Must Know*, California: Michael Wiese Production.
- Fu, X. (2016) *Horror Movie Aesthetics: How Color, Time, Space and Sound Elicit Fear in an Audience*. Boston, MA: Focal Press.
- Haven, K.F. (2000). *Super Simple Storytelling: A Can-do Guide for Every Classroom, Every Day*. Colorado: Teacher Ideas Press
- Katz, H. (2007). *The Media Handbook*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Lankow, J., Ritchie, J. & Crooks, R. (2012). *Infographics: The Power of Visual Storytelling*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Morris, L. (2015) *Teaching the Common Core Literature Standards in Grades 2-5*, Routledge.
- Rabiger, M. (2003). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*, Massachusetts: Focal Press.
- Sweetow, S. (2013). *Corporate Video Production: Beyond the Board room (2nd ed.)*, Routledge.
- Wuryanano. (2007) *The 21 Principles to Build and Develop Fighting Spirit*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.