

6. KESIMPULAN

Video korporat ini bertujuan untuk menarik perhatian calon klien baru dengan media sosial. *Type of shot* pada rencana yang penulis buat adalah *long shot* dan juga *close up* sebagai *shot* dominan yang mempunyai memenuhi kebutuhan video korporat. Pada perencanaan video korporat penulis membuat rencana pembuatan *camera movement* dengan pergerakan yang dinamis. Pemilihan *shot* untuk *pan* dan juga *tilt* pada konsep bertujuan untuk memberi rasa seakan berada di lokasi. Penggunaan pergerakan *pan* dan *tilt* mengarahkan mata penonton pada *set* studio dan juga *behind the scene* yang menjadi *shot* utama video korporat ini.

Penulis membuat video korporat ini sesuai dengan perencanaan awal memasukan pergerakan *whip pans* dan juga *zoom in* dan *zoom out* sebagai *movement* pendukung. *Turn table* adalah pengganti untuk gear yang tidak bisa digunakan untuk mendapat pergerakan spinning 360. Alternatif ini bekerja dengan efektif dan mendapat hasil yang sesuai dengan konsep. Teori yang digunakan penulis dalam pembuatan video korporat dengan konsep *dynamic shot* dibuat dengan teori dasar *advertising* dan untuk konsep pergerakan kamera itu sendiri sebagai sinematografer dari video korporat ini penulis mendapat referensi dari film dan produksi video Esa Creative. Maka dari itu hasil karya video korporat dengan konsep *dynamic shot* ini tidak memiliki sumber yang mengatakan bahwa konsep ini adalah konsep yang tepat dan efektif digunakan pada video pengenalan perusahaan.

Ketika membuat karya sumber yang benar-benar membahas konsep teori mungkin sulit ditemukan maka ada alternatif yang harus dilakukan. Menggunakan kata kunci dan *base usage* dari konsep dan media visual yang ingin dibuat bisa menjadi konsep pendukung dari skripsi penciptaan. Teori yang diambil penulis tidak akan bisa digunakan tanpa adanya *experiment* karya. Ketika mencari konsep yang harus berdasarkan teori yang akurat agar karya tidak *abstract* dan memiliki landasan.