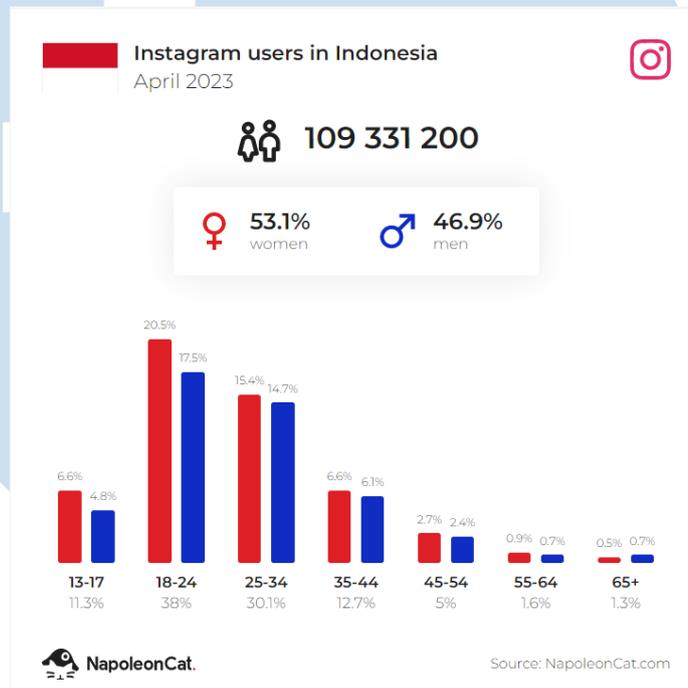


dengan memanfaatkan fitur *Instagram Reels*, yang dapat membuat pengguna menonton konten video dari akun yang belum diikuti. Penulis juga menemukan bahwa perusahaan dapat mengatur *target market* yang ingin dijangkau dan dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Wijaya, Jamaludin, dan Khudori (2022) mengenai keunggulan dari *digital marketing*.



Gambar 4.6 Pengguna Instagram di Indonesia April 2023
(*Instagram users in Indonesia April 2023*)

5. KESIMPULAN

Video vertikal merupakan salah satu format video yang sering digunakan dalam dunia iklan, hal ini dikarenakan media sosial berfokus kepada format tersebut sesuai dengan bentuk *smartphone*. Salah satu media sosial yang terkenal yaitu Instagram memiliki mayoritas pengguna berusia 17-40 tahun, sesuai dengan *target market* dari Saputra Paradise. Oleh karena itu, penulis menggunakan format video vertikal dalam proses syuting. Namun penulis menemukan bahwa proses syuting video vertikal sedikit berbeda dari segi teknis. Penulis harus menggunakan tripod yang dapat mendukung pengaturan kamera secara vertikal, dan *stabilizer* yang dapat

diatur untuk mengambil video secara vertikal. Penggunaan *drone* menjadi salah satu aspek yang dapat membuat iklan menjadi lebih menarik dari mata penonton iklan. Selain menarik dari segi visual, *drone* juga membantu memotong anggaran menjadi lebih hemat. Dari segi pengaplikasian *drone* dalam proses produksi menjadi sederhana dan tidak memakan waktu. Membuat *drone* menjadi salah satu *rig* yang dapat digunakan untuk menangkap *shot* yang cukup sulit dicapai oleh kamera biasa dan berbahaya.

Di dalam penelitian ini, terdapat beberapa hal yang belum didapatkan oleh penulis. Dikarenakan iklan video vertikal masih baru di dunia periklanan, masih belum banyak ahli-ahli yang membahas terkait hal tersebut. Kebanyakan video vertikal yang dibahas adalah video vertikal amatir, yang tidak di produksi dengan profesional. Beberapa perusahaan yang ingin mengiklankan perusahaannya dengan format video vertikal, hanya merubah rasio dari 16:9 menjadi 9:16. Membuat beberapa visual yang seharusnya dapat terlihat dalam *frame* menjadi tidak terlihat. Penelitian dan pembahasan video vertikal yang diproduksi secara profesional cukup sulit untuk ditemukan oleh penulis.

Penulis memberikan saran kepada penulis lain yang akan membahas dan meneliti lebih dalam mengenai video vertikal, untuk dapat memahami terlebih dahulu mengenai pentingnya format video vertikal dalam periklanan. Format video vertikal dalam periklanan sudah mulai bermunculan bahkan di luar media sosial, seperti videotron dalam lift. Penulis memiliki saran kepada para sineas yang akan terjun ke dunia periklanan, yaitu untuk dapat belajar memproduksi video vertikal. Walaupun produksi video vertikal akan berbeda dengan video horizontal, dikarenakan kamera dan *rig* saat ini di desain merekam secara horizontal. Namun sineas harus beradaptasi dengan merekam secara vertikal, dikarenakan dunia periklanan sedang mengarah ke media sosial yang mayoritas menggunakan format video vertikal. Terutama bagi perusahaan yang memiliki *target market* berusia 17-40 tahun, media sosial menjadi salah satu media iklan yang tepat.