



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penulis yang berperan sebagai *Creative Director* dalam pembuatan video iklan untuk Pegipegi selalu mengerjakan eksekusi bersama dengan kru, sesuai dengan *creative brief* yang telah disepakati oleh penulis dan juga pihak Pegipegi.

Penulis mengambil konsep mini drama dengan sebuah aliran cerita *slice of life* agar Pegipegi memiliki sebuah rekam jejak periklanan dengan *genre* yang berbeda dalam menjual produknya kepada masyarakat, juga memiliki porsi yang seimbang antara *direct selling* dengan *soft selling* di ranah periklanan Pegipegi. Hal tersebut diyakini oleh penulis dan kru untuk mengambil lebih banyak minat pengguna Pegipegi dan juga untuk bersaing dalam aspek periklanan pada kompetitor lain. Seperti yang dikatakan dalam teori – teori yang telah digunakan penulis, bahwa dengan membuat sebuah metode yang dapat menarik perhatian penonton, akan membawa produk dalam persaingan merek lebih unggul.

Dalam membuat video iklan tersebut, penulis juga menambahkan sebuah informasi mengenai kemudahan memesan tiket perjalanan maupun dalam pemesanan hotel melalui telepon genggam. Hal ini bertujuan untuk mendekatkan salah satu keunggulan dari Pegipegi kepada masyarakat bahwa Pegipegi adalah sebuah perusahaan yang melayani dengan cepat dan efisien.

5.2. Saran

Saran penulis untuk para calon *creative director* adalah untuk terus melakukan riset mengenai produk yang ingin dijadikan bahan sebuah video iklan atau sebuah *company profile*. Melakukan riset adalah salah satu cara yang memudahkan kru untuk membuat ide dan memasukan informasi yang kredibel pada video iklan maupun *company profile* atau video iklan tersebut. Dengan terus melakukan riset, akan meminimalisir kesalahan saat membuat ide – ide untuk video iklan tersebut.

Saran dari penulis untuk orang lain adalah lebih sering menonton video iklan maupun video *company profile*. Agar lebih terbiasa dalam melakukan alur pengenalan cerita video iklan kepada penonton, juga untuk membiasakan menggunakan *shot* dengan khas untuk sebuah video iklan.

Saran dari penulis untuk Universitas Multimedia Nusantara agar memfokuskan mata kuliah untuk *corporate video* menjadi sebuah mata kuliah wajib, sehingga para mahasiswa khususnya jurusan film tidak hanya belajar mengenai pembuatan film fiksi namun juga dapat merasakan bagaimana bekerja di sektor periklanan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA