

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan masalah penelitian mengenai Peran Sutradara dalam Proses Produksi Film Iklan Televisi Commercial (TVC) (Studi Deskriptif Peran Sutradara Dalam Proses Produksi Iklan Televisi Provider Axis Versi Teman Hemat oleh PH Lynxfilms), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Proses produksi dalam pembuatan Iklan TVC Provider Axis Versi Teman Hemat mempunyai alur yang cukup panjang, terdiri dari *Job Briefing, Quotation, Job Confirmation, Pre Production, Production, Post Production* dari masing-masing bagian tersebut saling berhubungan serta menentukan hasil akhir yang akan didapatkan.
- b. Peran Sutradara dalam pembuatan Iklan TVC Provider Axis Versi Teman Hemat bertindak untuk bertanggung jawab dalam merencanakan, memutuskan, mengarahkan, mewujudkan aspek kreatif, baik interpretatif maupun teknis. Selain mengatur laku didepan kamera dan mengarahkan akting serta dialog, sutradara juga mengontrol posisi kamera beserta gerak kamera, suara, pencahayaan. Seorang sutradara harus mampu membuat iklan TVC dengan wawasan serta pengetahuan

tentang aspek kreatif, teknis, estetika, kineamatografi, musik

editing, insting & taste yang tepat dalam mengontrol dari awal produksi sampai dengan tahap penyelesaian.

- c. Pembangunan struktur dramatik dalam Iklan TVC Provider Axis Versi Teman Hemat dengan penggabungan kemasan dan teknik visual pendukung. Teknik Kombinasi yang digunakan adalah menggabungkan teknik *Dramatization*, *Slice of life* dan *Humor*. Kombinasi tersebut akan mempunyai bangunan cerita yang tepat, baik secara visual maupun alur cerita yang mana sudah memiliki unsur kedekatan, kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menghasilkan iklan yang menarik, lucu, unik dan selaras dengan esensi dan manfaat produk yang ditawarkan. Walaupun dalam iklan ini tidak banyak bicara tentang produk, namun dapat menggambarkan manfaat produk yang ditawarkan secara jelas dan konsisten. Disamping Pembangunan Struktur dramatik juga diperhatikan elemen-elemen yang terdapat dalam Iklan TVC tersebut untuk menciptakan dampak visual yang efektif seperti *Video*, *Audio*, *Talent*, *Props*, *Setting*, *Graphics*, *Pacing*. Seluruh Elemen tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak bisa berdiri sendiri supaya mendapatkan hasil Iklan TVC yang tepat dan mudah dalam menyampaikan informasi.

Jadi keberhasilan dalam Iklan TVC tidak lepas dari pengaruh peran sutradara pembuatnya. Dalam mengemas atau menciptakan sebuah Iklan TVC dibutuhkan ketelitian dan ketepatan dalam semua aspek.

Kelompok Iklan TVC tidak dapat berdiri sendiri dengan pembuatan ide yang bagus

akan tetapi proses pemindahan ke dalam bahasa gambar juga sangat penting, harus memperhitungkan daya tarik Iklan TVC tersebut yang akan disaksikan oleh penonton supaya dapat mudah untuk menerima informasi maupun pesan yang akan disampaikan.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini, maka penulis ingin mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Production House harus berani mencoba memberikan tantangan kepada sutradara-sutradara iklan dengan memberinya storyline agency yang bukan kebiasaan yang mereka garap, supaya insting atau kepekaan dalam menyampaikan pesan dalam bahasa audio-visual lebih mendalami produk yang berlainan. Sutradara akan terbiasa menghadapi produk satu dengan yang lainnya dalam tehnik mendeliver pesan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan bercirikan khas dengan produk tersebut.
- b. Sutradara harus lebih kreatif, berani mencoba sesuatu yang baru dari pendekatan aspek visual dan aspek memorable dalam pembuatan iklan TVC. Caranya memperbanyak referensi-referensi iklan awards winning, tehnik-tehnik visual yang *up to date*, pertajam *sense of art* dan insting dalam pengarahan, *artistic, sinematografi, music, editing* dan yang penting mengerti ketepatan dalam mengkomunikasikan

c. Walaupun dalam penyampaian pesan Iklan TVC Axis versi Teman Hemat sudah tepat sebagai sesuatu yang baru dibandingkan dengan provider lainnya, sutradara harus selalu analisa kekurangan dan jangan cepat puas. Dengan berlatih terus-menerus dalam merasakan lingkungan sekitar dan penuh pikiran dengan ide-ide segar. Sehingga akan menghasilkan iklan yang memorable menjadi *trend setter* dan unik akan tetapi tetap memiliki keseimbangan antara nilai kreatif dan