

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Proses perancangan video promosi untuk sosial media Tiktok membutuhkan analisis yang mendalam untuk menentukan objektif dari sebuah konten hingga isi yang tepat untuk mencapai tujuan promosi. Oleh karena itu, penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara dan observasi yang cermat. Hasil dari wawancara dan observasi kemudian menjadi catatan penting bagi peneliti, menjadi landasan untuk merumuskan 20 konten berbeda yang akan dijadikan sebagai dasar dalam pembuatan video promosi pada tahap perimajinasian. Ide dari setiap konten kemudian dikembangkan melalui tahap pengembangan imajinasi, di mana peneliti menentukan storyboard setiap frame untuk memvisualisasikan secara detail konsep yang ingin disampaikan. Proses ini memudahkan peneliti untuk melanjutkan ke tahap editing dengan lebih terarah. Selanjutnya, peneliti memulai proses pengerjaan menggunakan berbagai software yang telah terbukti efektif, seperti Adobe Photoshop, After Effect, dan Final Cut Pro. Dalam tahap pengerjaan, peneliti mmengkolaborasikan antara aset film dengan aset visual yang dirancang sendiri, disesuaikan dengan kebutuhan setiap konten. Tidak hanya aspek visual, namun juga suara dan copywriting menjadi fokus untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui video promosi tersebut. Setelah video promosi selesai, langkah selanjutnya adalah mengunggahnya di platform sosial media Tiktok dengan penjadwalan yang sudah ditentukan, baik selama masa promosi sebelum tayang film maupun saat film "Bangku Kosong" tayang secara resmi.

Video promosi yang telah dirancang menggunakan metode practice led-research diupload oleh peneliti melalui sosial media Tiktok, dan dari beberapa video tersebut dapat dilihat jumlah penayangan yang sangat signifikan sampai menembus 27 juta viewers. Secara keseluruhan, konten-konten yang tayang di sosial media Tiktok mendapatkan respon yang sangat positif dari masyarakat. Hal tersebut juga tercermin dalam beragam komentar yang diberikan. Selain itu, video reaksi penonton yang diputar sebanyak 800 ribu penayangan juga ikut menambah ketertarikan dan keinginan penonton untuk menonton film "Bangku Kosong." Dengan adanya respon yang baik dan tingginya minat dari penonton, dapat diantisipasi bahwa film ini memiliki potensi untuk sukses di pasar. Banyaknya masyarakat yang kemudian ikut menonton film Bangku Kosong mengakumulasi jumlah akhir penonton film menjadi 250.755 penonton di Bioskop

5.2 Implikasi

Implikasi dari video promosi digital yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu:

1. Perancangan video promosi memberikan dampak positif. Pembuatan video promosi mampu menarik perhatian dan membuat dorongan penonton untuk tertarik pada film “Bangku Kosong”.
2. Sosial media dapat digunakan sebagai media dalam mempromosikan suatu karya. Salah satunya adalah film “Bangku Kosong”.

5.3 Rekomendasi

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengembangkan video promosi yang lebih menarik dengan menambahkan teknik editing videografi yang sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengoptimalkan algoritma tiktok agar dapat menarik jumlah penonton menjadi semakin banyak.

DAFTAR PUSTAKA

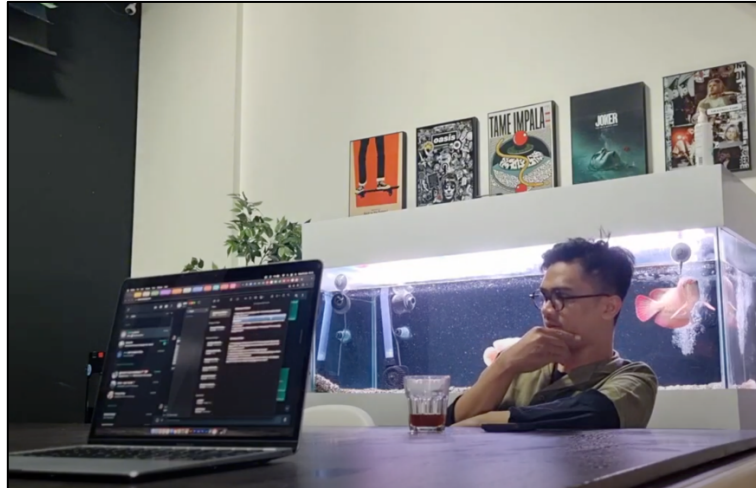
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V14i2.7504>
- Biggs, Michael And Karlsson, Henrik (Eds.). *The Roudedge Companaion to Research In The Arts*. Rotledge: London And Newyork
- Borgdorff, (1998), *The Reproduction of Knowledge in Artistic Research*.
- Dewanta, A. (2020). *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol 9 No 2, Oktober 2020*. 9(2).
- Edwin. (2022). *A Study on Effectiveness of Content Marketing in Brand Promotions*. <https://doi.org/10.17605/Osf.io/Abfxv>
- Handaruwati, I. (2017). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online*. 03(01).
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity*. 7.
- Maesaroh, S. (2022). *Pemanfaatan Limbah Kayu dalam Tas Wanita* (Doctoral dissertation, ISI Yogyakarta).
- Mcnamara, A. (2012). Six Rules for Practice-Led Research. *Text*, 16(Special 14). <https://doi.org/10.52086/001c.31169>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya*. 9(1).
- Muzakki, M. N., & Rahmasari, E. A. (T.T.). *Perancangan Video Digital Sebagai Media Promosi Untuk Mengoptimalkan Sosial Media Ogos Indonesia*. 3(2).
- Nurhidayat, M., Hidayat, T., Syekh-Yusuf, U. I., & Syekh-Yusuf, U. I. (T.T.). *Robot View Konten Youtube Dengan Menggunakan Algoritma Sequential Search*. 13(2).

- Panji, Y. A., & Akhmad, I. (2023). Konsiderans Dalam Estetik Karya Fotografi “Manekung.” *Panggung*, 33(1), 126. <https://doi.org/10.26742/Panggung.V33i1.2471>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @Jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/Socia.V18i1.40467>
- Rachmadayanti, R., Andini, F., Susilo, V. V., & Sheilma, W. (2021). *Dampak Algoritma Tiktok Terhadap Konsumsi Musik*.
- Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital Umkm Tour dan Travel. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 7(2), 118–123. <https://doi.org/10.12962/J23373520.V7i2.36874>
- Rinjani, D., Pd, S., & Ds, M. (T.T.). *Pemanfaatan Video Pendek Pada Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Engagement Cipaw Shop*.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management And Industry (Jemi)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/Jemi.V2i4.1925>
- Rohimat, L. (2019). REDESIGN LOGO CAFE D’ARAZ DI SUMEDANG (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Simamora, J. (2019). Pengelolaan Website dan Produksi Konten Multimedia Untuk Website Hkbp Perumnas Tangerang. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)*, 2, 124–130. <https://doi.org/10.37695/Pkmcsr.V2i0.502>
- Solikhah, W. A. (T.T.). *Program Studi Televisi dan Film Fakultas Ilmu Budaya Universitas Jember 2019*.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55. <https://doi.org/10.34010/Common.V5i1.4799>

- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering Di Media Sosial. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/Prh.V3i1.15333>
- Umukoro, O. E., Eluyela, D. F., Ozordi, E., Inua, O. I., & Balogun, S. B. (2020). Nollywood Accounting And Financial Performance: Evidence From Nigerian Cinemas. *International Journal Of Financial Research*, 11(2), 271. <https://doi.org/10.5430/Ijfr.V11n2p271>
- Wibowo, T. (2021). *Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam*. 1(1).
- Wijayanto, A. N. (T.T.). *Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pegawai Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan 2020*.
- Xiao, Y., Wang, L., & Wang, P. (2019). Research On The Influence Of Content Features Of Short Video Marketing On Consumer Purchase Intentions. *Proceedings Of The 2019 4th International Conference On Modern Management, Education Technology And Social Science (Mmetss 2019)*. Proceedings Of The 2019 4th International Conference On Modern Management, Education Technology And Social Science (Mmetss 2019), Dalian, China. <https://doi.org/10.2991/Mmetss-19.2019.82>

LAMPIRAN

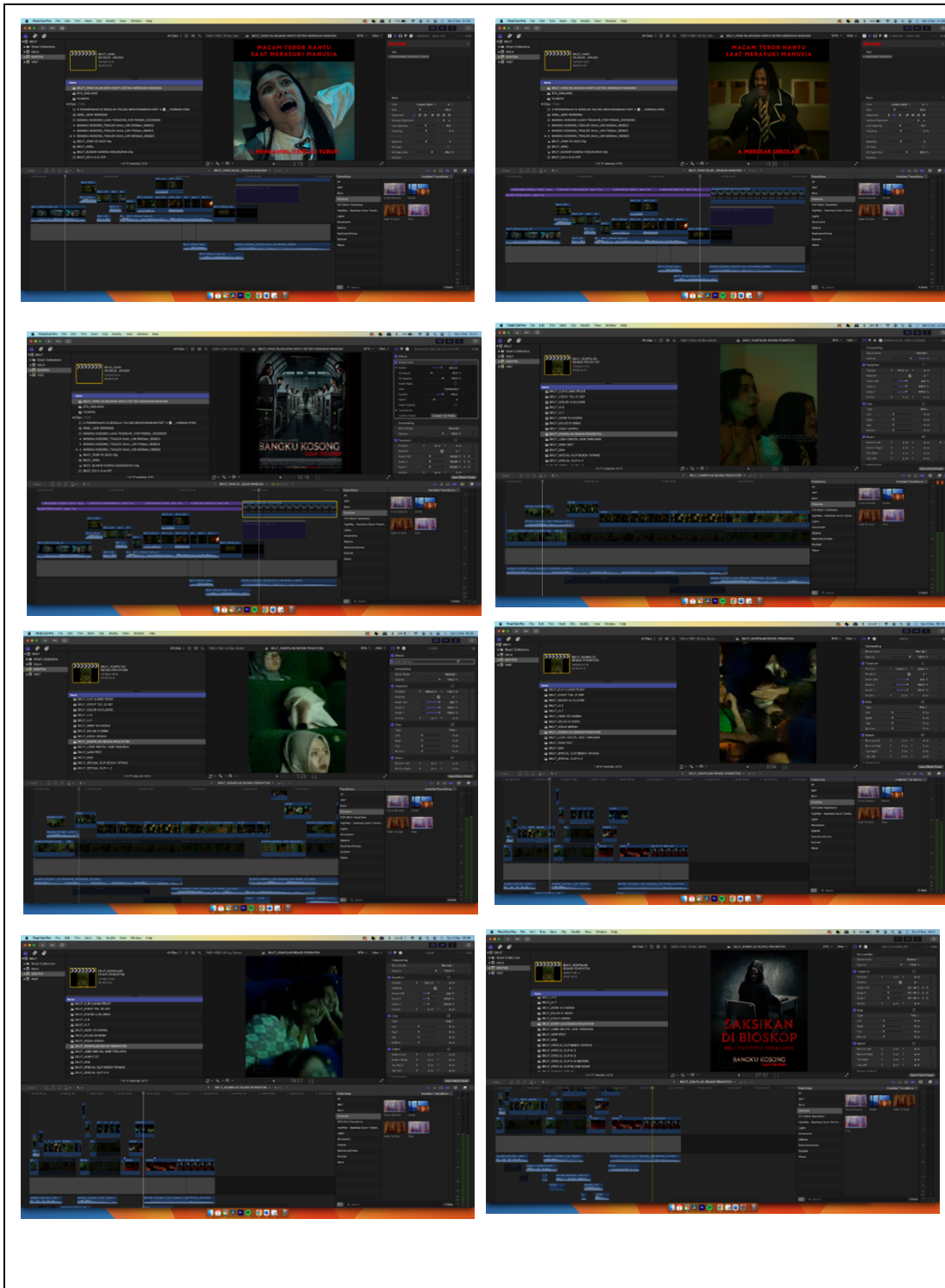
Lampiran 1. Bukti wawancara kepada ahli media Ghilman Hadiyan



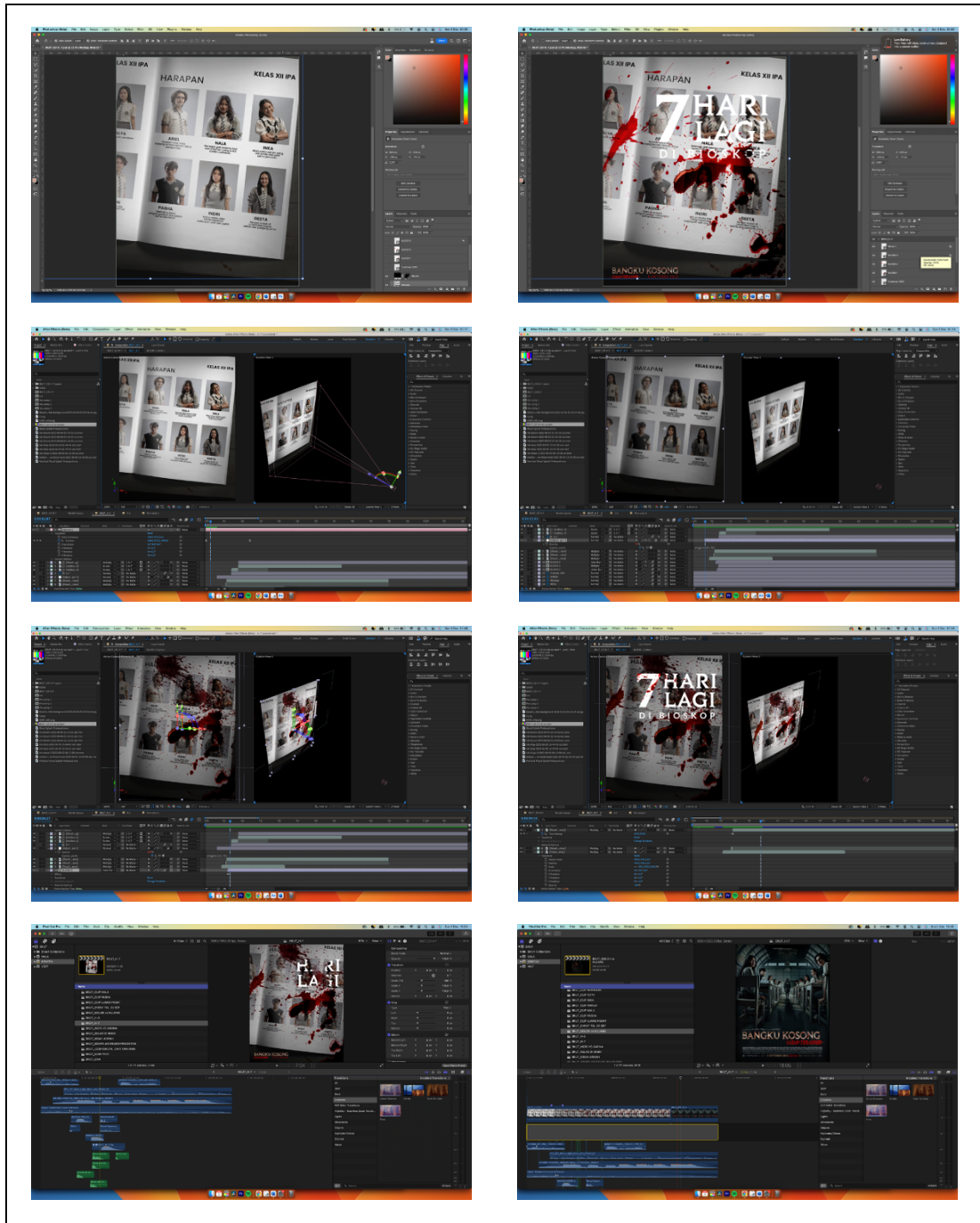
Lampiran 2. Dokumentasi wawancara kepada ahli media Ginan Aulia Rahman



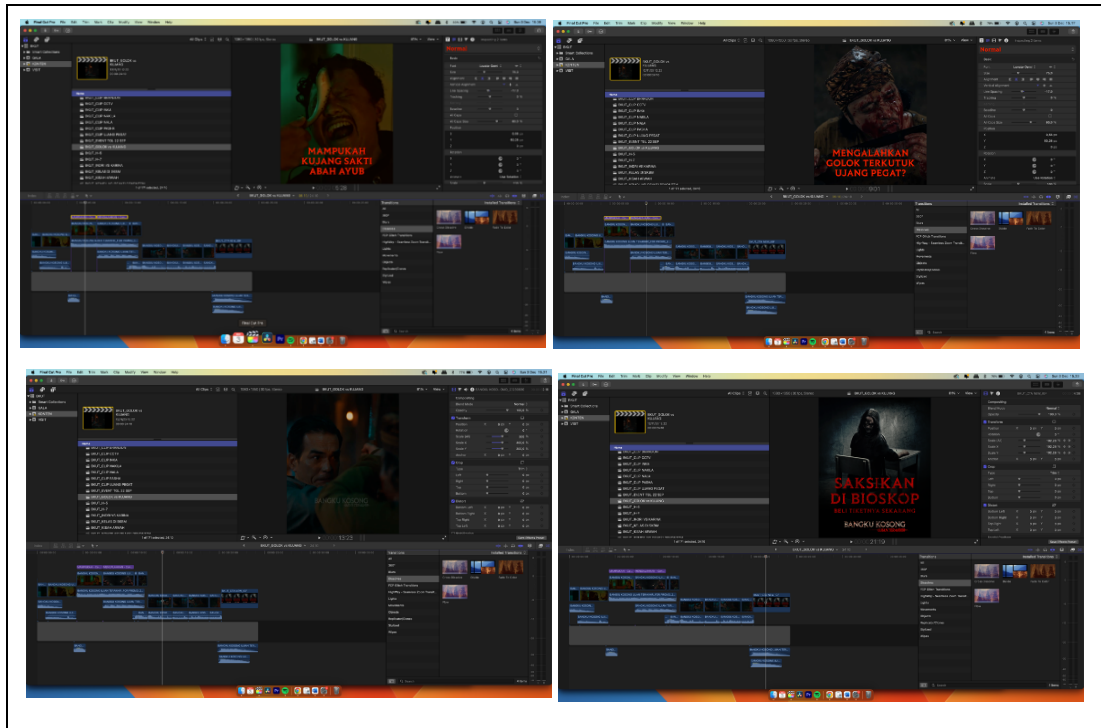
Lampiran 3. Timeline Konten Terror Hantu Ketika Merasuki Manusia



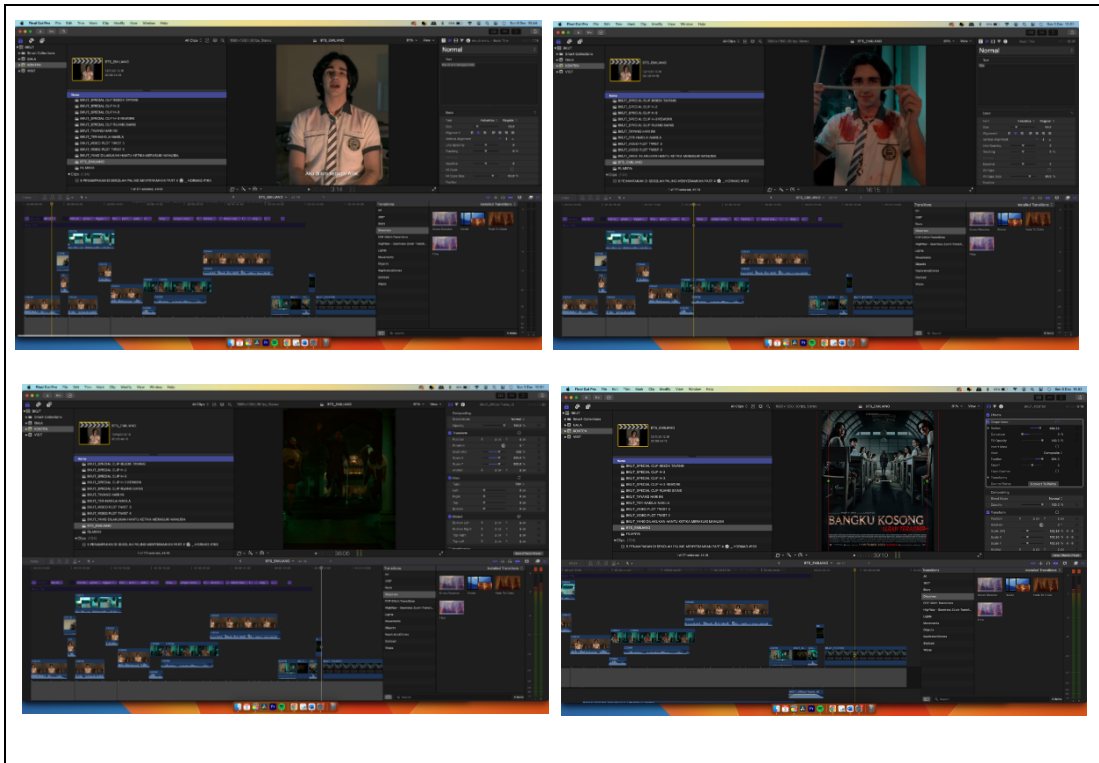
Lampiran 4. Countdown H-7



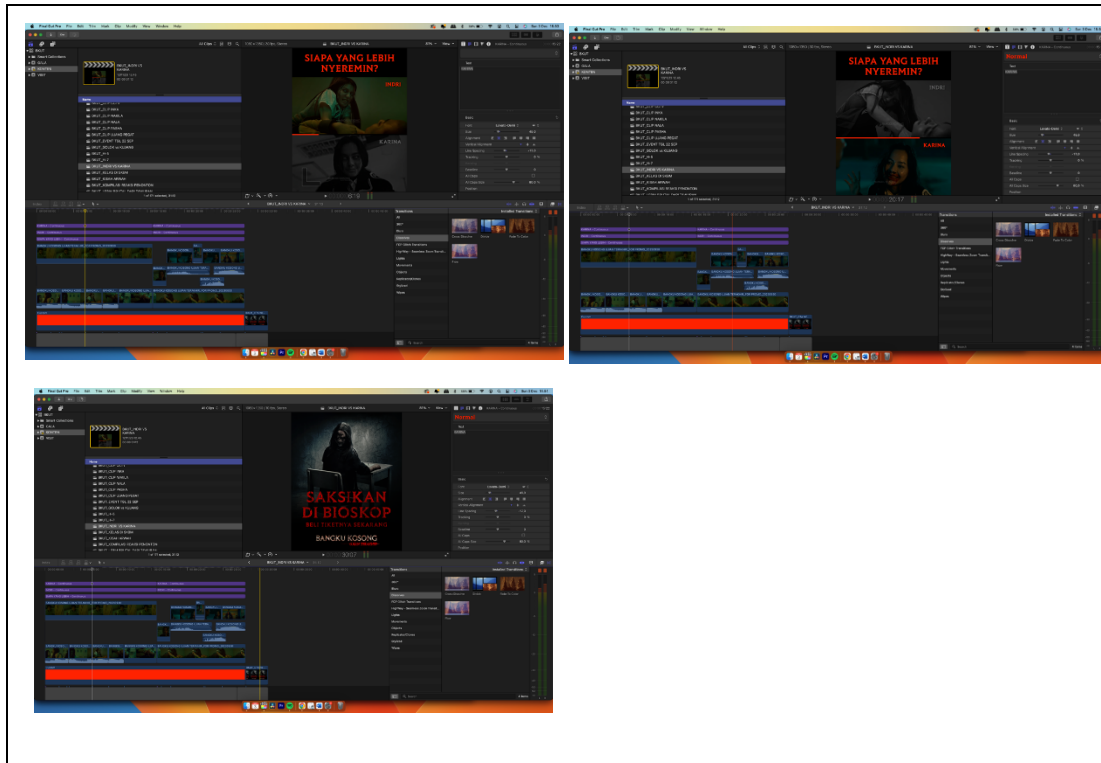
Lampiran 5. Golok VS Kujang



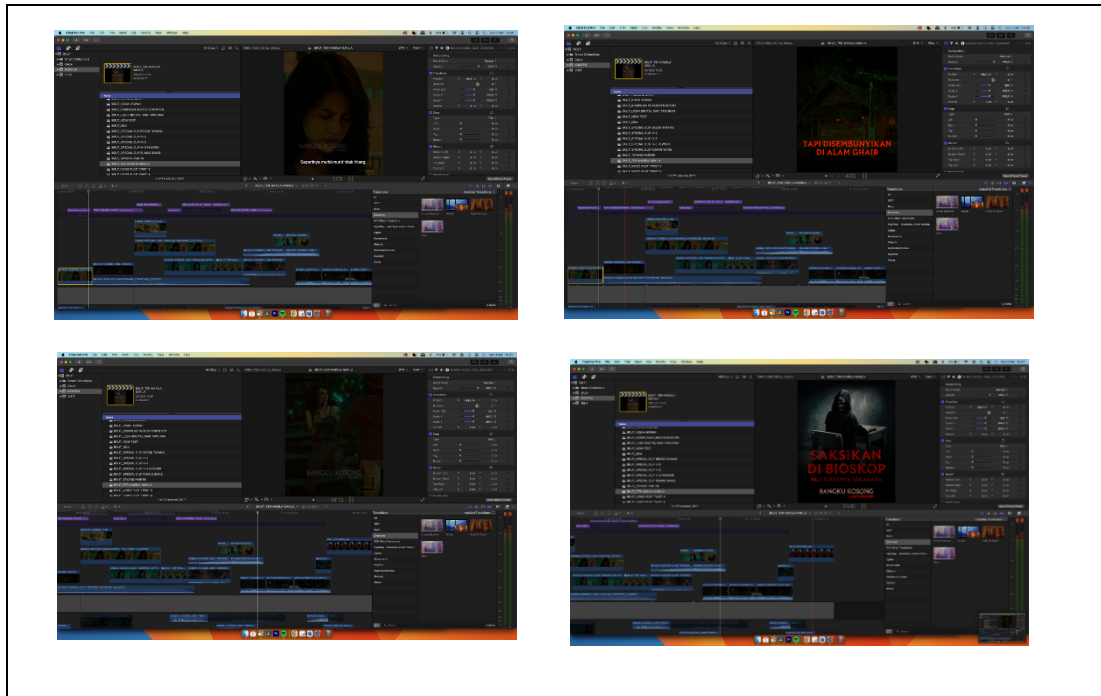
Lampiran 6. Behind The Scene Ariel



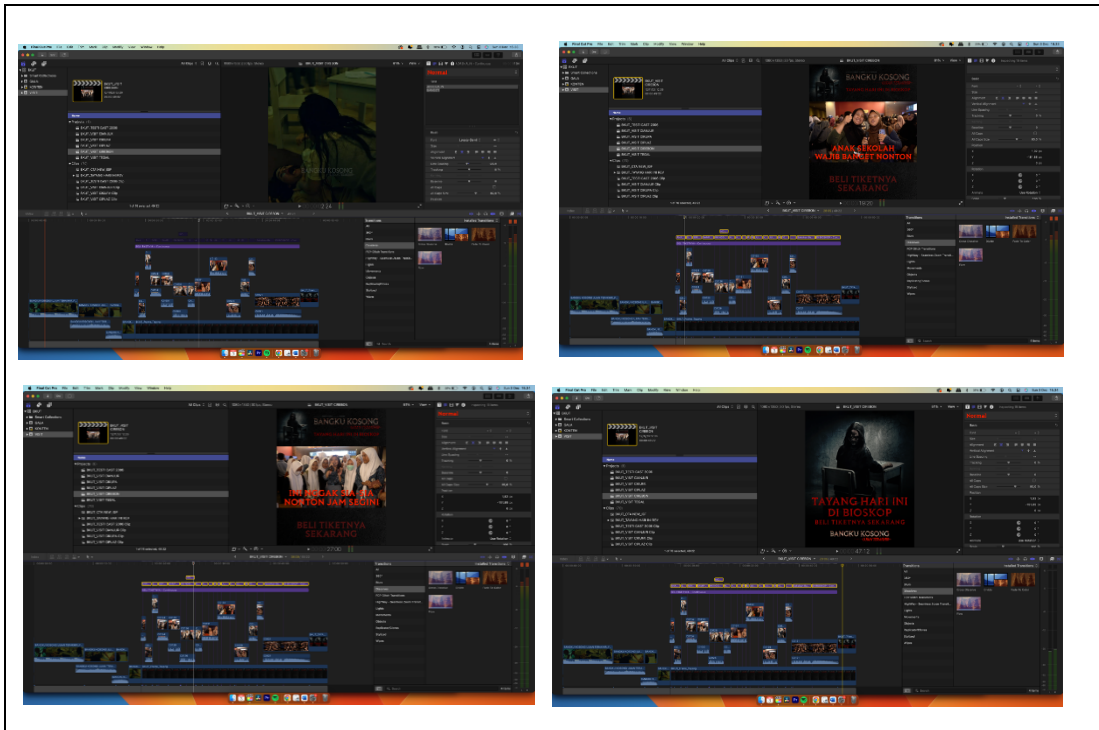
Lampiran 7. Video Karakter



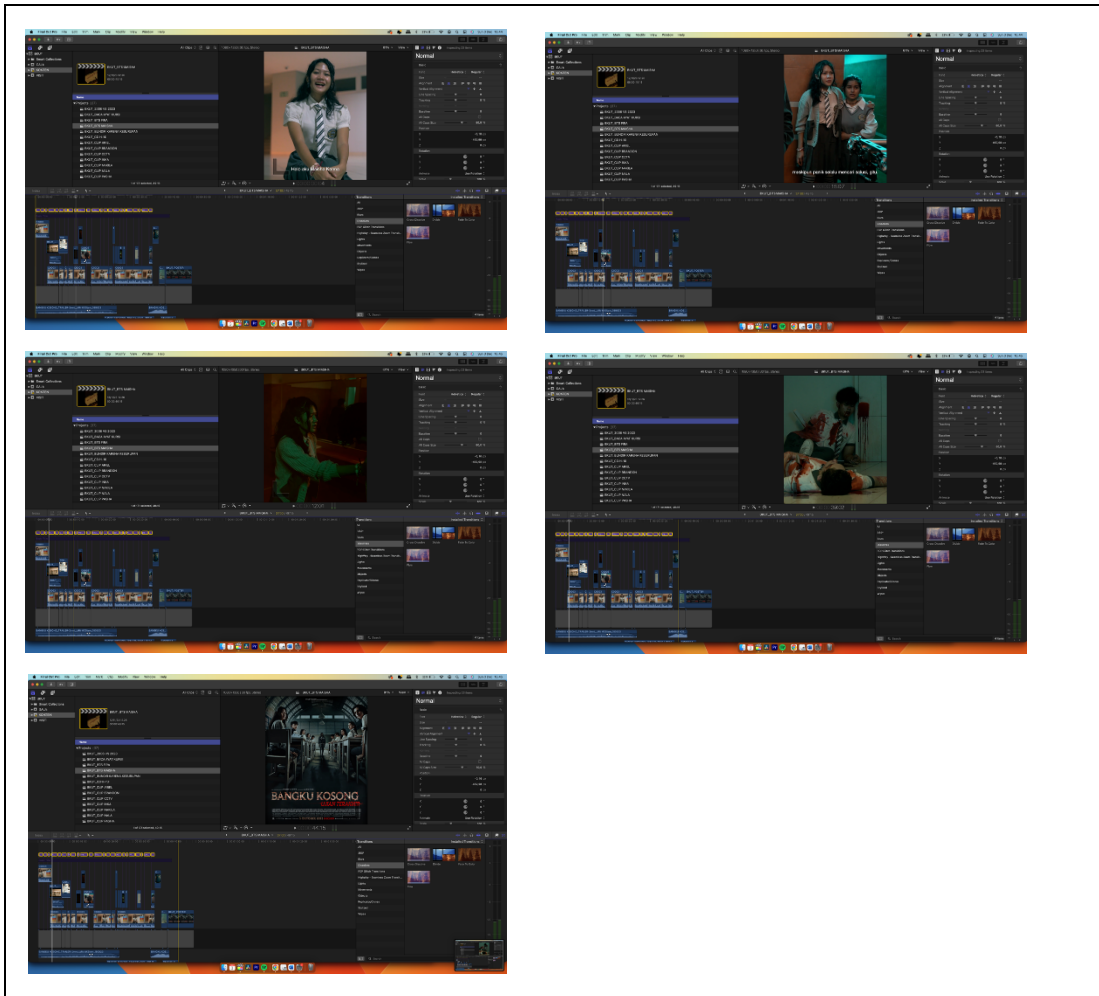
Lampiran 8. Karena Nakila



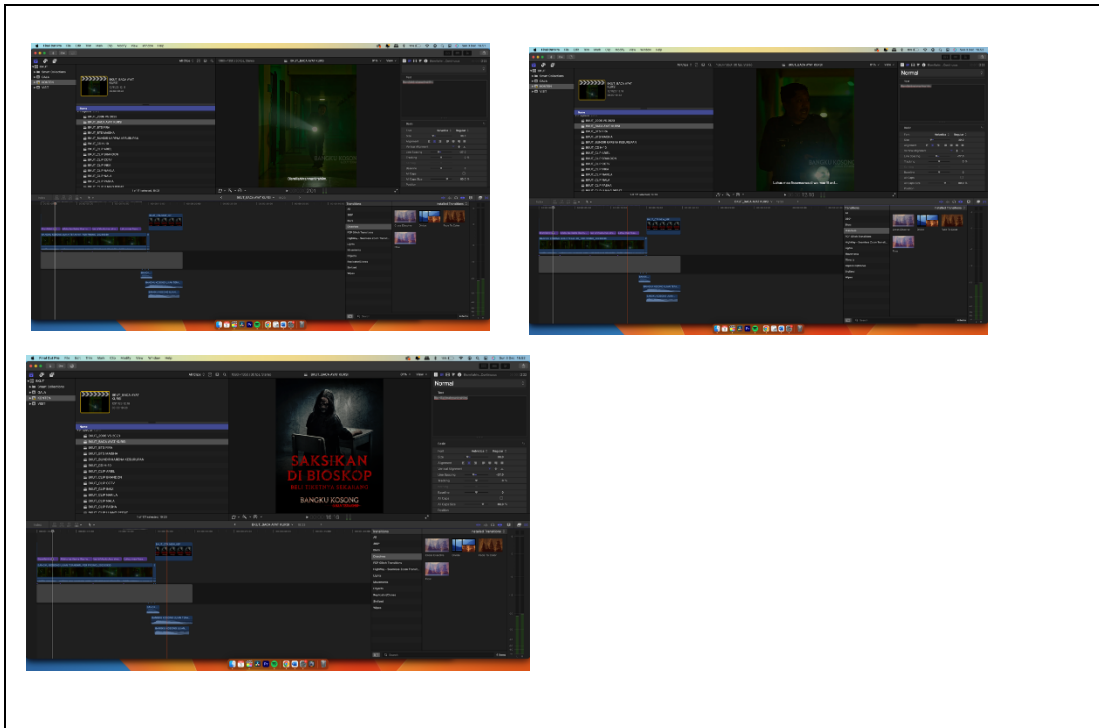
Lampiran 9. Cinema Visit Cirebon



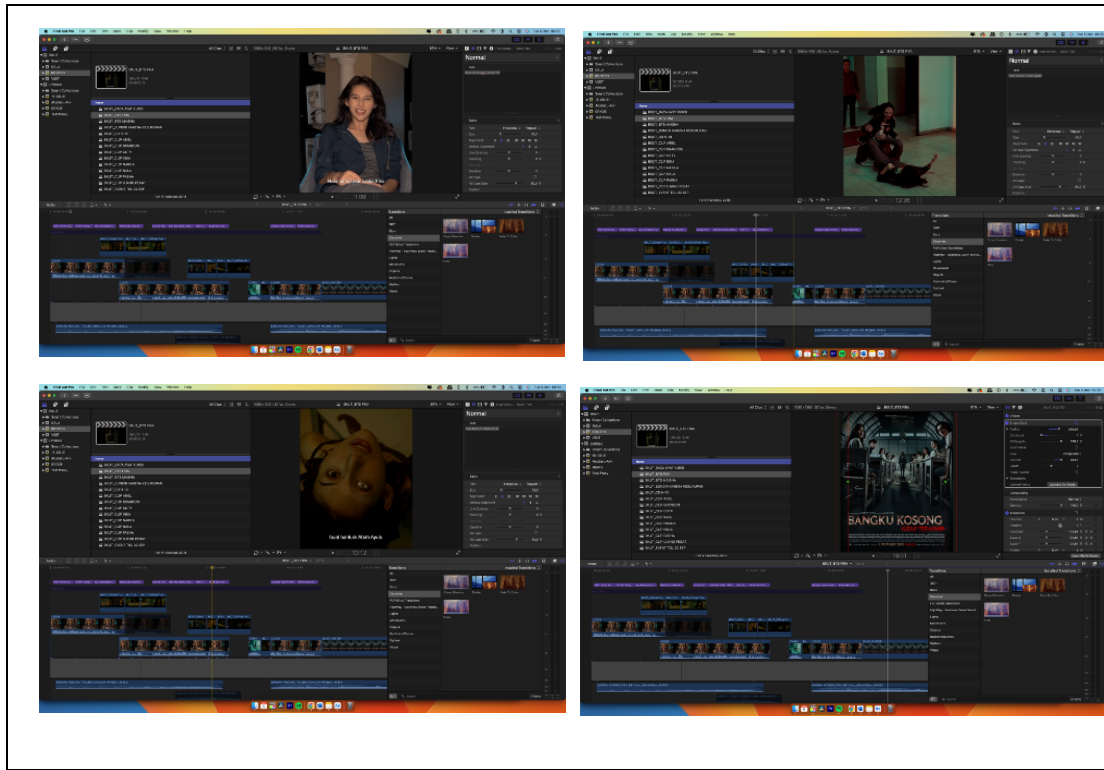
Lampiran 10. BTS-Nala



Lampiran 11. Baca Ayat Kursi



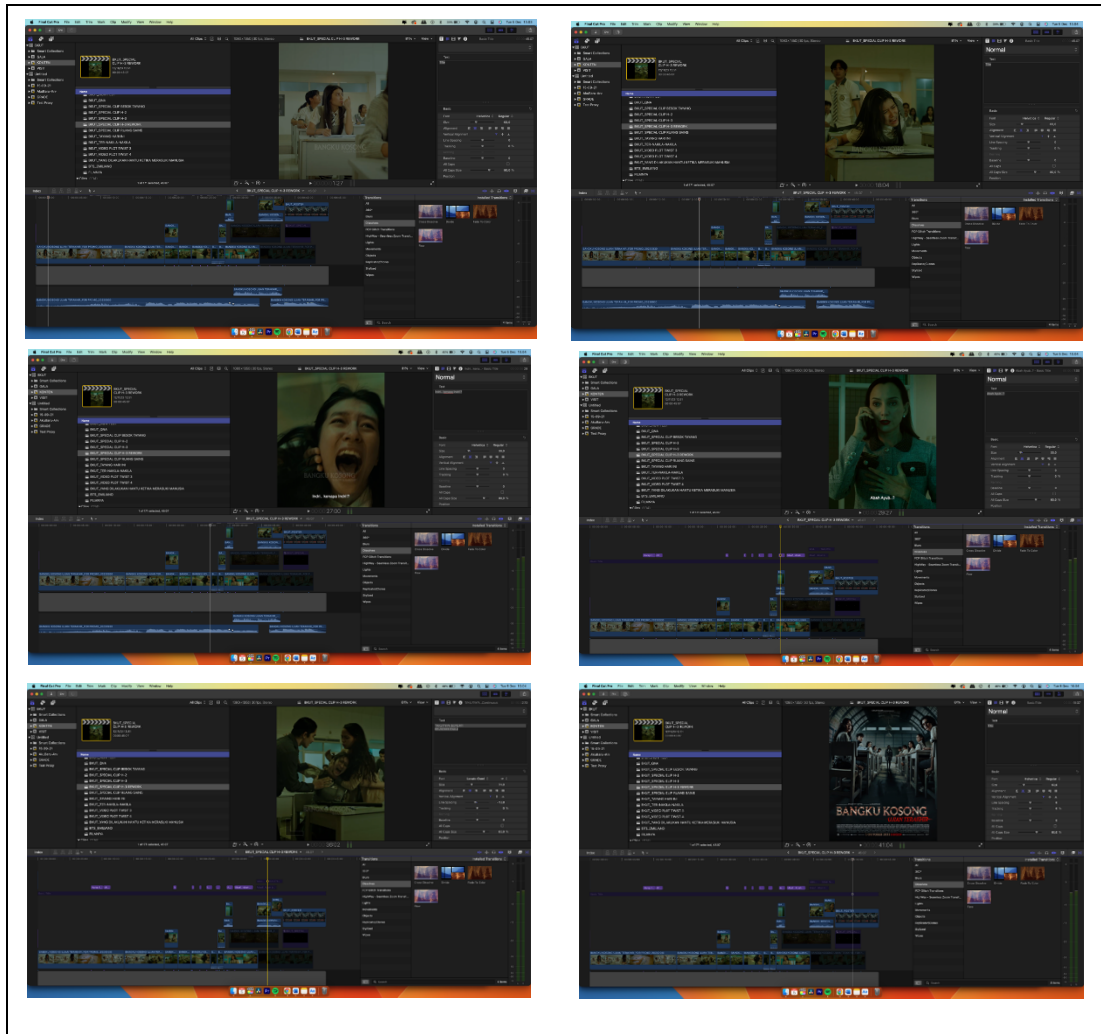
Lampiran 12. BTS Nakila



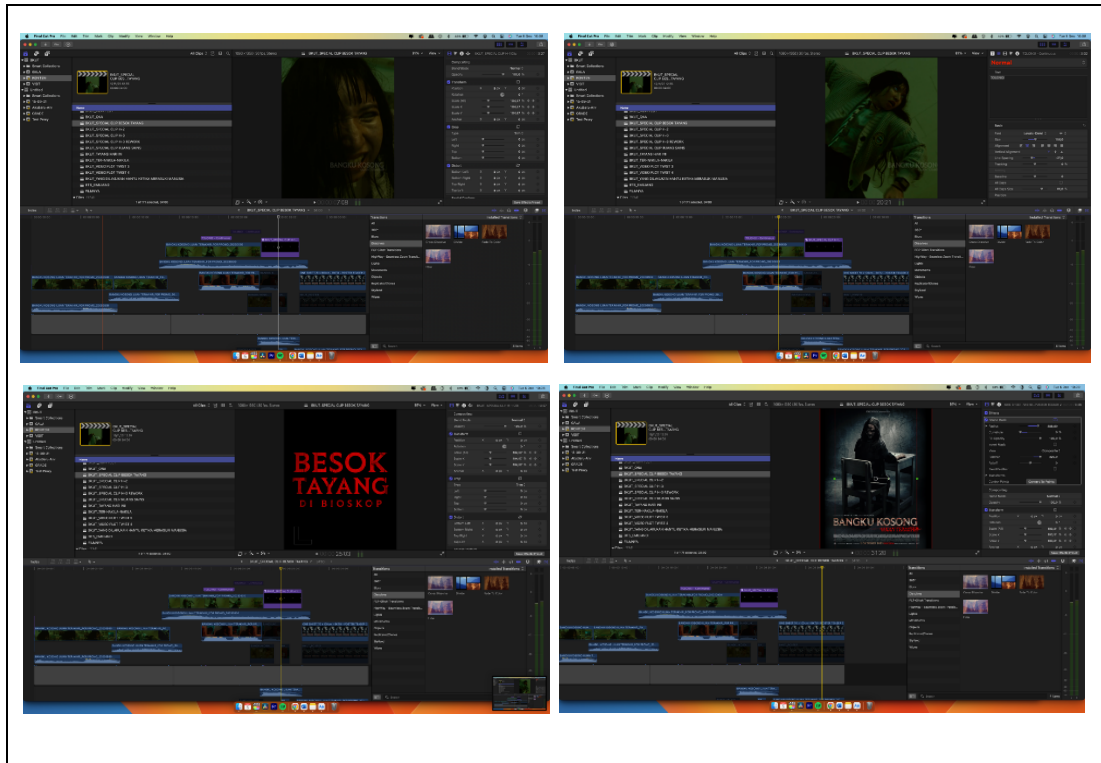
Lampiran 13. Dokumentasi Media Visit



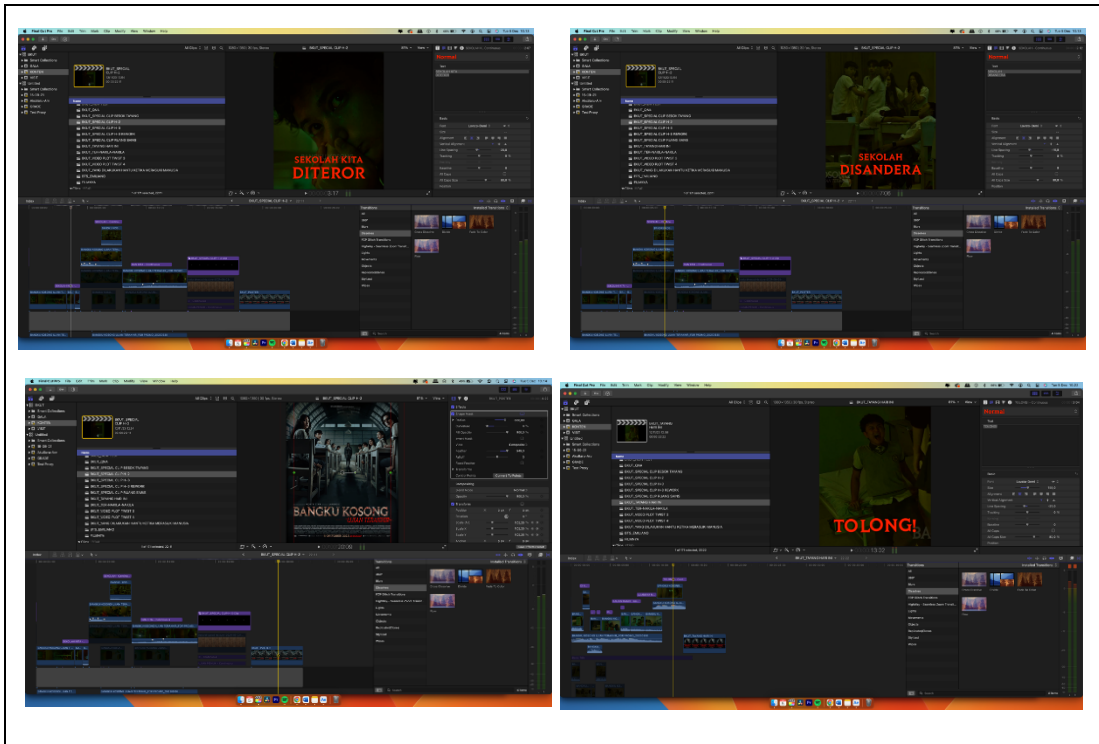
Lampiran 14. Official Clip



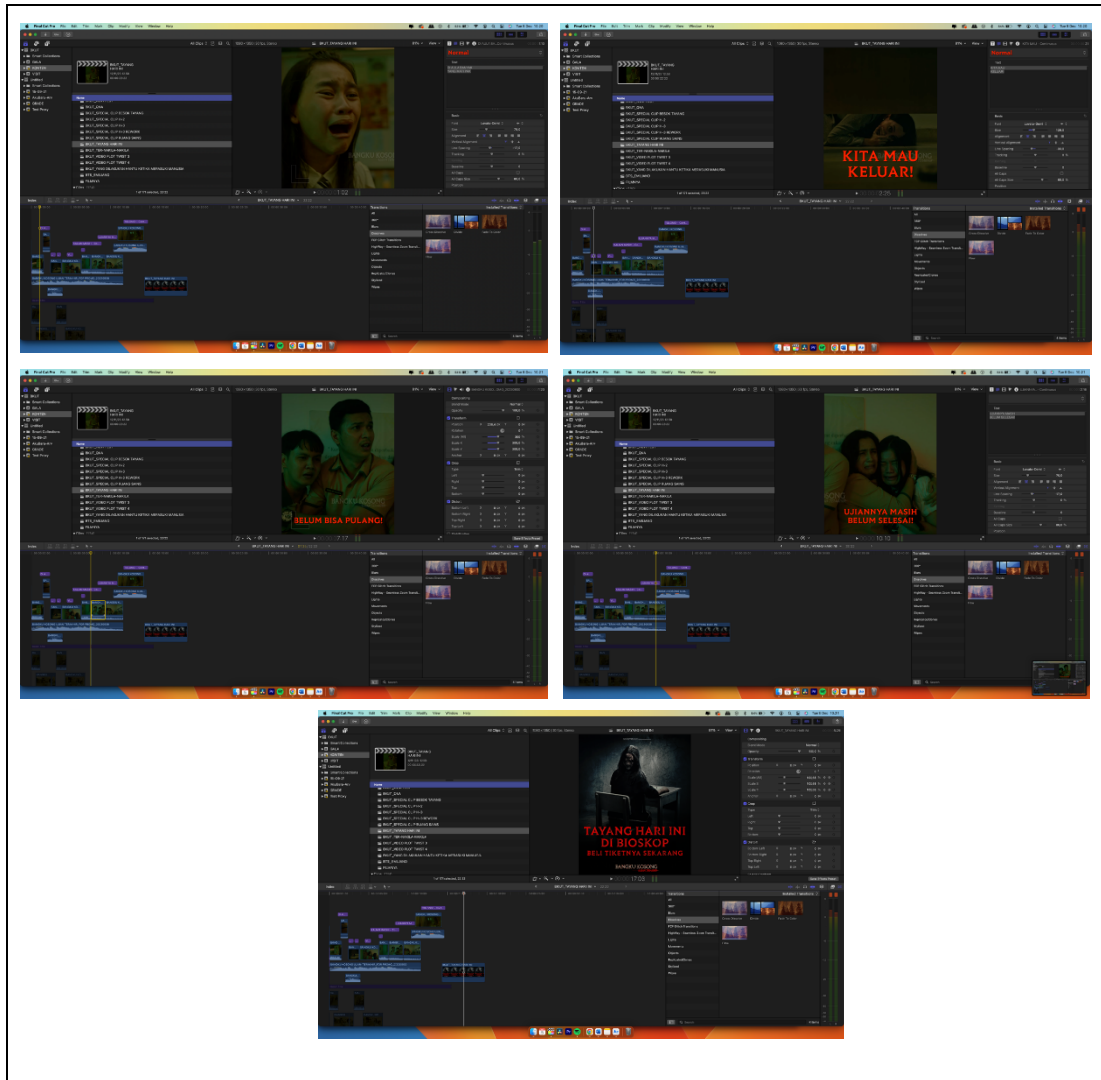
Lampiran 15. Special Clip Besok Tayang



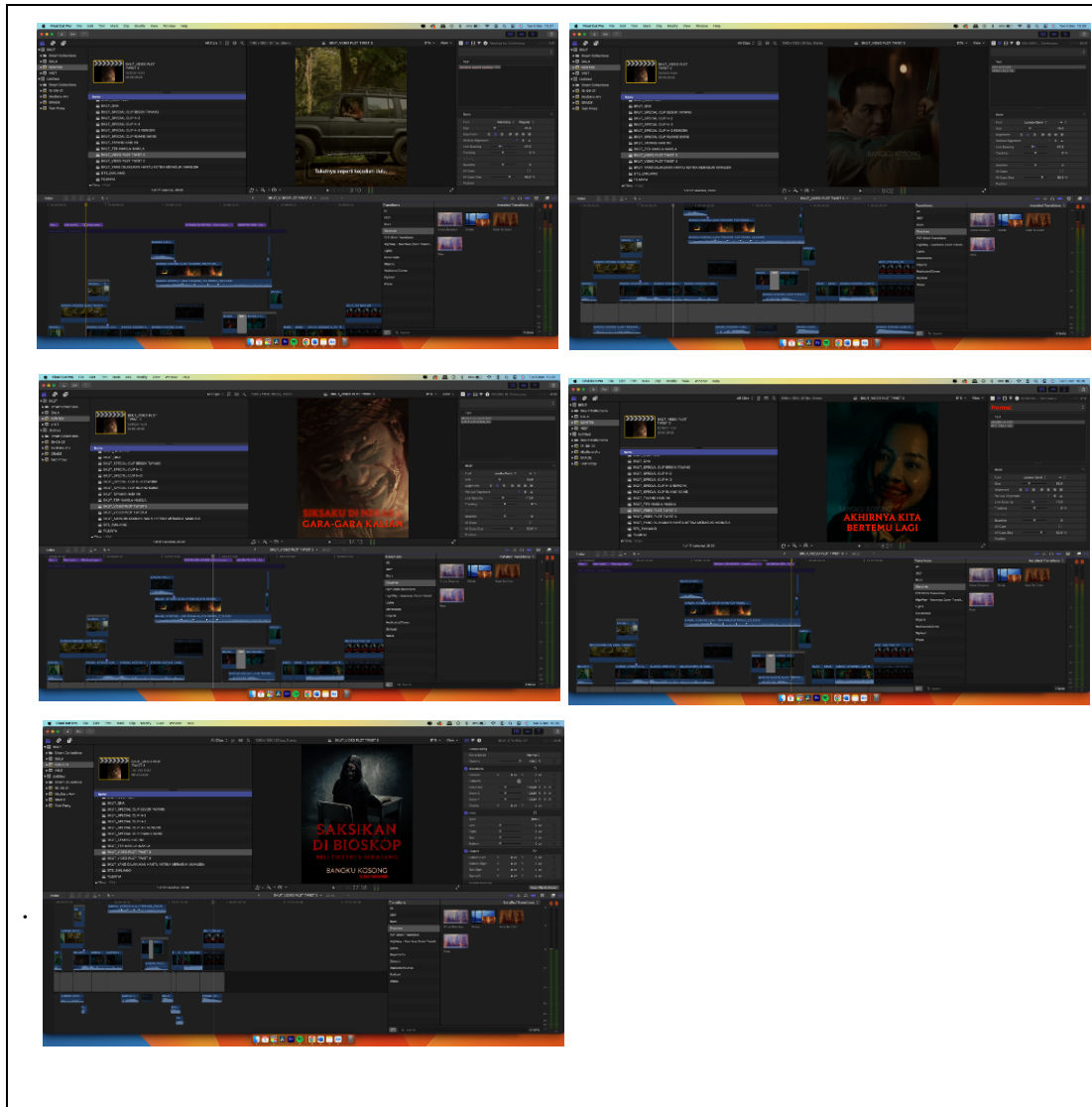
Lampiran 16. Special Clip Besok Tayang



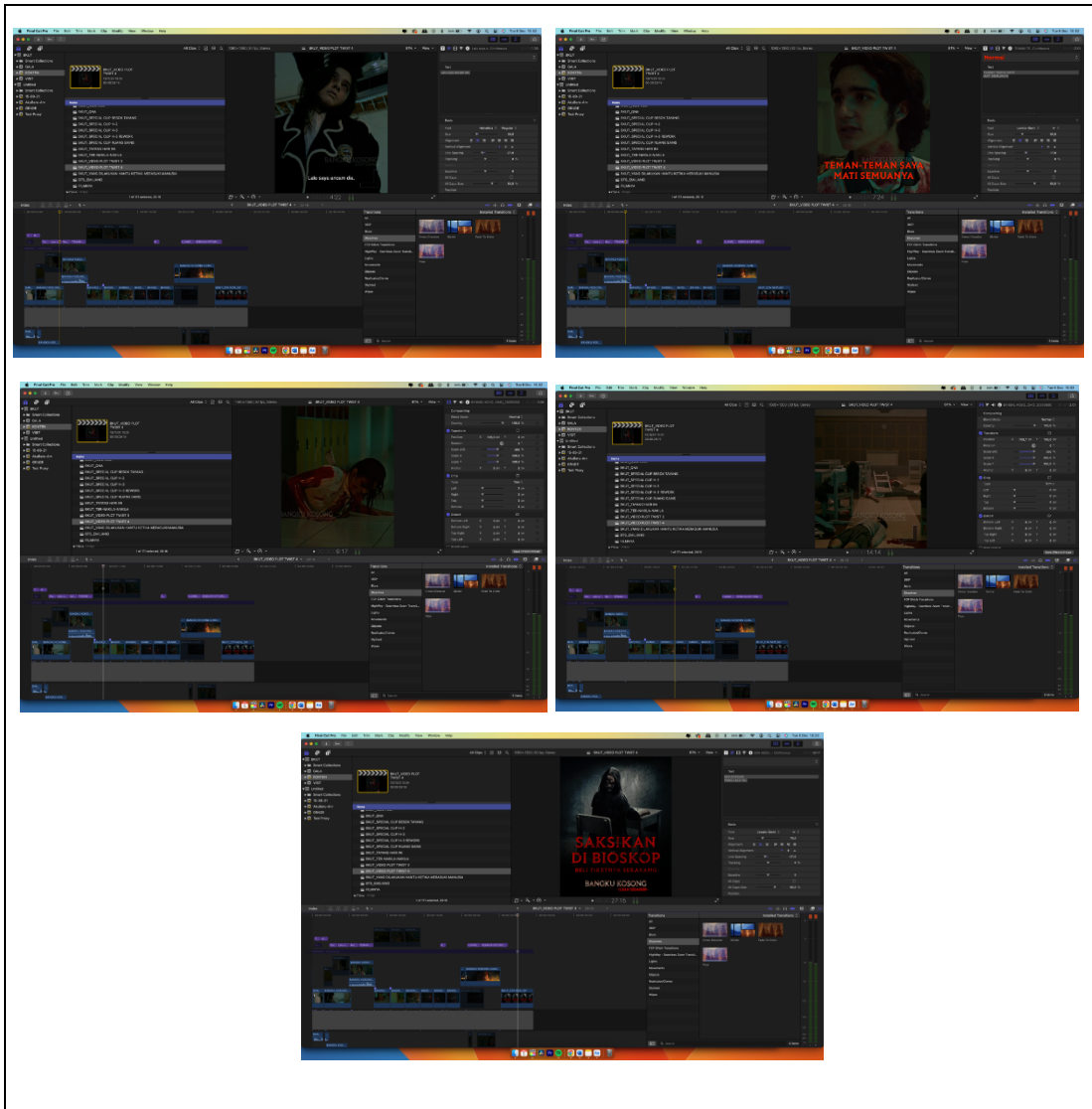
Lampiran 17. Tayang Hari Ini



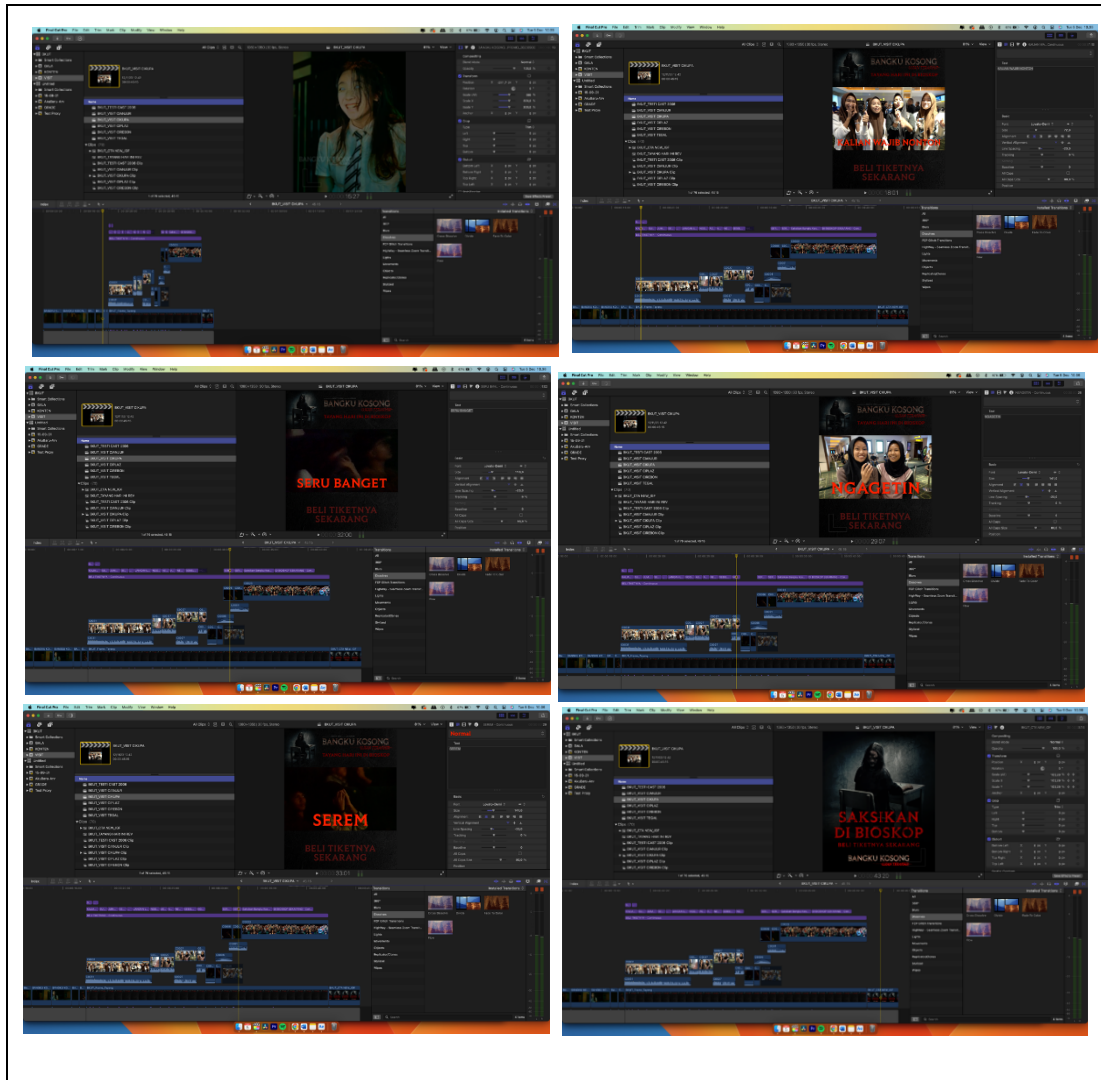
Lampiran 18. Video Plot Twist-1



Lampiran 19. Video Plot Twist-2



Lampiran 20. Video Testimoni Cinema Visit Cikupa



Lampiran 21. Testimoni Cinema Visit Ciplaz XXI

