

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Video pendek sebagai media promosi memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas serta daya tarik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas. Dari sudut pandang kameramen, produksi video ini menuntut ketelitian dalam setiap tahap, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, guna memastikan hasil akhir yang berkualitas dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Teknik sinematografi yang diterapkan, seperti pemilihan *angle*, pencahayaan, serta pergerakan kamera, berperan dalam menciptakan visual yang menarik dan informatif, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh calon mahasiswa serta *audiens* lainnya.

Keberhasilan implementasi video ini tercermin dari meningkatnya interaksi digital dan tanggapan positif yang diberikan oleh penonton, baik dari kalangan mahasiswa, calon mahasiswa, maupun masyarakat umum. Sebagai kameramen, penerapan teknik seperti tracking shot untuk mengikuti aktivitas mahasiswa, high angle untuk menampilkan suasana kelas, serta close-up untuk memperlihatkan detail fasilitas, menjadi strategi utama dalam menciptakan visual yang lebih dinamis dan komunikatif. Dengan pendekatan yang tepat, video ini tidak hanya sekadar menjadi alat informasi, tetapi juga berfungsi sebagai media yang mampu membangun citra positif bagi program studi yang dipromosikan.

Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi dan tren digital yang semakin pesat, video pendek sebagai media promosi semakin relevan dan efektif. Dari perspektif kameramen, memastikan kualitas visual yang profesional menjadi kunci dalam menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan daya tarik sebuah video promosi. Komposisi gambar yang terstruktur, transisi yang halus, serta pencahayaan yang sesuai menjadi elemen penting dalam menghasilkan video yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan.

Dengan visualisasi yang kuat serta strategi produksi yang matang, video promosi ini diharapkan dapat terus berkontribusi dalam menarik calon mahasiswa untuk bergabung dengan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas. Oleh karena itu, produksi konten promosi berbasis video harus dilakukan secara berkelanjutan dengan terus mengikuti perkembangan teknologi dan preferensi *audiens*. Sebagai kameramen, menjaga kualitas sinematografi dan memastikan setiap elemen visual mendukung strategi promosi jangka panjang menjadi aspek krusial dalam menciptakan media promosi yang tetap relevan dan berdampak positif.

#### **4.2. Saran**

Sebagai seorang kameramen, pengembangan konten promosi berbasis video di masa depan perlu terus dilakukan dengan menyesuaikan perkembangan teknologi, tren pemasaran digital, serta perubahan preferensi *audiens*. Untuk meningkatkan efektivitas distribusi, strategi pemasaran digital dapat lebih dioptimalkan melalui pemanfaatan berbagai *Platform* media sosial serta iklan berbayar guna menjangkau target *audiens* yang lebih luas. Selain itu, penerapan teknik *Storytelling* yang lebih kuat dan inovatif dalam video dapat memberikan pengalaman visual yang lebih menarik dan mampu membangun keterikatan emosional dengan calon mahasiswa serta *audiens* lainnya.

Keterlibatan mahasiswa dalam proses produksi video juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat pesan promosi. Dengan melibatkan mahasiswa sebagai talent maupun kreator, video dapat menyajikan pengalaman belajar yang lebih autentik dan relatable bagi calon mahasiswa. Dari sudut pandang kameramen, menangkap interaksi mahasiswa dalam kegiatan akademik dan non-akademik dengan teknik sinematografi yang tepat dapat menciptakan narasi visual yang lebih kuat. Hal ini tidak hanya memberikan perspektif yang lebih nyata dan terpercaya, tetapi juga dapat meningkatkan rasa kepemilikan serta kebanggaan mahasiswa terhadap program studi mereka.

Selain aspek teknis dalam pengambilan gambar, evaluasi dan inovasi dalam produksi video harus terus dilakukan agar konten yang dihasilkan tetap relevan dan berkualitas. Dari perspektif kameramen, optimalisasi pencahayaan, komposisi visual, serta pemilihan pergerakan kamera yang dinamis dapat meningkatkan daya tarik video secara keseluruhan. Penggunaan teknik sinematografi yang lebih kreatif, seperti *tracking shot*, *close-up*, dan *Full shot*, dapat memberikan pengalaman visual yang lebih profesional dan berkesan bagi penonton.

Dengan strategi produksi dan distribusi yang terus diperbarui, video promosi ini diharapkan dapat semakin berperan dalam menarik calon mahasiswa serta memperkuat citra Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas. Video tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi akademik, tetapi juga sebagai alat branding yang membangun hubungan lebih dekat dengan *audiens*, memperkenalkan identitas program studi secara lebih luas, serta menciptakan daya tarik yang berkelanjutan dalam dunia pendidikan tinggi.