

BAB V

PENUTUP

9.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari pembuatan iklan dengan Motion Text dan Efek Grafis untuk Wisma Rumah Kost adalah sebagai berikut :

1. Untuk pembuatan iklan menggunakan 3 tahapan yaitu tahapan praproduksi, tahap produksi, tahap pascaproduksi.
 - Pada tahapan praproduksi dihasilkan perencanaan pembuatan iklan sebelum pembuatan dilakukan terlebih dulu dibuat membuat naskah, storyboard setelah itu masih ada pengembangan naskah ada atau tidak yang perlu ditambahi atau dikurangi. Merancang perlengkapan yang akan dibutuhkan dilapangan dan mencari partner lapangan.
 - Pada tahapan produksi proses shooting dilakukan, semua yang telah dipersiapkan diterapkan, perlengkapan ditata sesuai rencana, pencahayaan disiapkan.
 - Pada tahapan pascaproduksi dihasilkan video yang telah diberi efek-efek special seperti Motion Text dan Efek Grafis Effect, pemberian efek sound dan text agar video lebih terasa menarik.

- Pada tahap Analisis yang telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Wisma Rumah Kost yaitu tidak adanya promosi yang menggunakan media massa sehingga hanya beberapa orang atau golongan yang mengetahuinya.
2. Penggunaan iklan ini sebagai media promosi dapat membantu Wisma Rumah Kost memasarkan dalam jangkauan yang lebih luas.
 3. Tampilan iklan yang menggunakan text motion dan efek grafis yang bergerak, video ini mampu menarik konsumen serta memberikan informasi kepada public tentang keunggulan wisma rumah kost.
 4. Iklan ini dibuat dengan durasi 15 detik dan 30 detik.

Meskipun demikian, video iklan dari Wisma Rumah Kost ini masih memiliki kekurangan dan kelebihan, yaitu;

Kelebihan:

1. Iklan dalam bentuk iklan video ini memiliki tampilan yang lebih menarik di bandingkan dengan iklan melalui brosur.
2. Proses pembuatan video cenderung lebih mudah karena penggunaan Gambar dan Efek editing saja.

3. Tidak memerlukan media cetak karena dalam publikasi ditujukan ke media social.
4. System distribusi iklan lebih mudah menggunakan media social dengan fitur Share.

Kekurangan:

1. Video iklan ini belum mencakup semua keunggulan yang dimiliki Wisma Rumah Kost karena keterbatasan durasi iklan. Namun info lebih detail bisa ditambahkan dalam caption social media.

9.2. Saran

Akhir dari penyelesaian skripsi ini setelah melakukan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka ditemukan saran sebagai berikut :

1. Dalam tahapan pra produksi harus lebih teliti dan dikonsepsi dengan baik dan teratur sehingga mudah dipahami untuk selanjutnya demi kelancaran dalam proses pengerjaan.
2. Memperbanyak referensi dengan menonton contoh-contoh video iklan, agar ide pembuatan sebuah video iklan lebih bervariasi.
3. Jangan ragu-ragu untuk mencoba hal-hal yang baru dalam pembuatan video iklan.
4. Pelajari lebih banyak teknik dalam pembuatan video sehingga dapat membuat suatu video yang menarik.