

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan dan pembuatan iklan televisi Mato Kopi Yogyakarta berdasarkan pada tahap analisis telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Mato Kopi Yogyakarta yaitu dengan tidak adanya media promosi sehingga masyarakat belum banyak yang mengetahui akan adanya warung kopi yang terletak di jalan Selokan Mataram Sleman Yogyakarta tersebut. Kemudian tahap perancangan video iklan ini terdapat tiga tahap yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi.

1. Pada tahap praproduksi dihasilkan perancangan dan pembuatan iklan mulai dari pengumpulan data, penentuan ide iklan, rancangan naskah iklan, merencanakan *storyboard*. Tahap ini menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi.
2. Pada tahap produksi, dimulai dari persiapan alat yang digunakan, pengaturan kamera, pemilihan lokasi yang sesuai, persiapan sebelum menjalankan syuting, dan apabila sudah segalanya siap dilanjutkan pengambilan gambar sesuai *storyboard*.
3. Pada tahap pascaproduksi, proses *editing* gambar dan suara dilakukan menghasilkan video yang bisa digunakan untuk media promosi selanjutnya oleh Mato Kopi Yogyakarta.

5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan sistem untuk pembuatan iklan televisi ini selanjutnya antara lain:

1. Konsep, naskah, *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian visual efek dan *motiongraphic*. Pada saat pengambilan gambar, video disesuaikan dengan momen yang ada seperti halnya keramaian, keasrian, ketenangan.
2. Agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat pra produksi disiapkan dengan matang.
3. Proses pembuatan video iklan televisi sebaiknya dikerjakan oleh beberapa orang yang ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pembuatan efek atau dalam pembuatan animasi.

