

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan iklan pada Roro Mendu Skin Care adalah sebagai berikut :

1. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu praproduksi, produksi dan pasca produksi
 - Pada tahap pra produksi dihasilkan perancangan pembuatan iklan mulai dari pengumpulan data, penentuan ide iklan, Rancangan Naskah Iklan, merancang Storyboard. Tahap ini menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi
 - Pada tahap produksi, dimulai dari persiapan alat yang digunakan, setting kamera, pemilihan lokasi yang sesuai, rehearsal atau persiapan sebelum menjalankan shooting, pengaturan pencahayaan dan apabila sudah segalanya siap dilanjutkan pengambilan gambar sesuai storyboard yang sudah dibuat
 - Pada tahap pasca produksi, proses editing gambar dan suara dilakukan menghasilkan video yang biasa digunakan untuk media produksi selanjutnya oleh Roro Mendu Skin Care Yogyakarta

- Pada tahap analisis, telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Roro Mendut Skin Care yaitu dengan tidak adanya media promosi sehingga masyarakat belum banyak mengetahui akan manfaat dari produk yang dihasilkan oleh Roro Mendut Skin Care.
- 2. Penggunaan iklan ini sebagai media promosi yang lebih luas dengan media penayangan presentasi, dapat membantu pihak Roro Mendut Skin Care untuk meningkatkan citra dan penjualan produk yang sudah dihasilkan
- 3. Media Promosi Iklan Video Roro Mendut Skin Care bukan semata-mata memberikan bagaimana cara membuat iklan video yang baik saja, akan tetapi bisa memberikan solusi permasalahan yang ada di pihak Roro Mendut Skin Care sendiri.

5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan video selanjutnya :

1. Konsep, naskah, storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian visual effect dan motiongraphic. Pada saat pengambilan gambar, video disesuaikan dengan momen yang ada seperti halnya keceriaan, penampilan produk, ekspresi talent
2. Agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat produksi disiapkan dengan matang saat shooting berlangsung.

3. Proses pembuatan video iklan sebaiknya dikerjakan oleh beberapa orang yang sudah ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pengambilan gambar atau dalam pembuatan animasi
4. Bagi peneliti lain, dalam mengatur efektifitas sebuah iklan hendaknya memilih iklan yang sesuai dengan waktu penelitian atau masih aktual. Sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain diluar iklan tersebut yang menjadi pertimbangan *audiences* dalam menilai.

