

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penulis iklan warung ramen adalah sebagai berikut :

1. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi
 - Pada tahap produksi dihasilkan perancangan pembuatan iklan mulai dari pengumpulan data, menetapkan ide iklan, pembuatan ide cerita dan merancang storyboard. Tahap ini menjadi pedoman dalam proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi.
 - Tahap produksi adalah tahap dimana mulai memproduksi secara nyata. Pada tahap ini yang dilakukan pertamakali adalah persiapan sebelum pengambilan dan pengaturan pencahayaan apabila sudah siap segalanya siap dilanjutkan pengambilan gambar sesuai dengan storyboard.
 - Tahap ini adalah tahap penyelesaian akhir dari semua kegiatan pengambilan gambar yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Kesalahan pada waktu pengambilan gambar sebagian mungkin diselesaikan pada tahap ini. Tahap produksi tersebut meliputi pengeditan dan pemberian efek-efek.

2. Pada tahap analisis telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh warung ramen yaitu kurangnya media

promosi sehingga masyarakat belum banyak mengetahui akan adanya warung ramen di klaten. Bukan hanya itu masalah yang lain juga ada seperti belum dimilikinya surat izin usaha (SIUP), sehingga dengan analisis ini warung ramen segera mengurus perizinan agar usaha tidak ditutup pemerintah setempat.

3. Iklan ini sebagai media promosi yang lebih luas dengan penayangan presentasi, sehingga dapat membantu pihak warung ramen meningkatkan penjualan.
4. Media promosi warung ramen bukan semata-mata memberikan bagaimana cara membuat iklan video yang baik saja, akan tetapi bisa memberikan solusi dari permasalahan yang ada dipihak warung ramen.

5.2 Saran

1. Maksimalkan waktu yang ada, ketepatan waktu dalam produksi sangat diperlukan, karena jika waktu bertambah dana dan tenaga serta pikiran juga akan terkuras.
2. Ide cerita harus lebih luas dan kreatif karena iklan mempunyai sasaran konsumen yang luas
3. Untuk menghasilkan iklan yang baik sangat disarankan pengerjaannya dilakukan dengan baik pada proses pra produksi agar proses produksi dapat berjalan lancar. Pengerjaan pada tahap pra produksi yang dilakukan dengan baik, dapat membantu pengerjaan pada tahap-thap berikutnya, begitu juga sebaliknya.

4. Penjelasan dalam bentuk audio juga diberikan agar masyarakat lebih paham.
5. Iklan yang dibuat harus sesuai dengan apa yang diiklankan.
6. Membuat iklan harus sesuai dengan alur cerita dan tidak meloncat loncat.

