

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian pembuatan video iklan Bakpia Djava ini, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Media promosi menggunakan iklan televisi dapat menjangkau konsumen lebih luas, mampu meningkatkan daya jual dan jumlah produksi Bakpia Djava dibandingkan media promosi sebelumnya yaitu website yang tidak pernah diupdate, informasi dari konsumen dan *billboard*.
2. Dengan menggunakan tehnik time-lapse akan mempercantik video iklan Bakpia Djava, dan animasi 2D memudahkan penyampaian informasi pada iklan ini.
3. Iklan Bakpia Djava ini merupakan penyampaian informasi mengenai spot-spot tempat wisata untuk meningkatkan wisatawan sehingga secara tidak langsung ikut meningkatkan pendapatan ekonomi bagi siapa saja yang memanfaatkan hal ini termasuk Toko Bakpia Djava.

5.2. Saran

Peneliti berharap mahasiswa STMIK Amikom Yogyakarta dikemudian hari mampu menciptakan kembali iklan televisi yang lebih sempurna dan mengembangkannya hingga memiliki kualitas yang lebih baik dan mampu bersaing dengan dunia industri. Pembuatan iklan Bakpia Djava ini masih

mempunyai beberapa kelemahan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video iklan yang menggabungkan tehnik *liveshoot*, *time-lapse* dan animasi 2D adalah :

1. Coba untuk ditambahkan animasi 3D supaya menambah daya tarik iklan atau mengembangkan iklan dengan tehnik yang lain yang dapat berinteraksi dengan talent dalam iklan tersebut.
2. Konsep, naskah, *storyboard* yang telah dibuat harus matang agar dalam pembuatannya tidak mengalami kendala dan menjadi acuan dalam pengimplementasian *liveshoot*, *time-lapse*, dan animasi 2D.
3. Penyampaian informasi dalam iklan ini terlalu cepat, terkesan mengejar durasi oleh karena itu iklan sebaiknya harus lebih jelas.

