

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian “Implementasi Kombinasi Efek Optical Flares dengan Animasi 3D Layer Text sebagai Media Promosi Lively Management”, maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video klip Lively Band ini terdiri dari 3 tahapan yaitu tahap Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.
2. Pemilihan talent sangat berpengaruh pada proses produksi, untuk menambah daya tarik penonton. Talent Wanita sebagai pendamping personil pada video klip ini adalah Model Yogya dan Bintang Iklan KFC.
3. Kebutuhan perangkat keras (*Hardware*) harus mempunyai spesifikasi yang baik seperti kebutuhan hardware pada bab 3 agar dalam melakukan rendering tidak berdampak pada beratnya kinerja komputer dan lamanya waktu saat rendering.
4. Hasil validasi pengunjung di youtube sejak tanggal 25 Februari 2014 sampai dengan tanggal 21 Agustus 2014, terdapat 2982 views, 53 komentar , 59 like dan 7 dislike.
5. Rata – rata komentar pengunjung di youtube dapat disimpulkan : konsep video klip bagus, keren dan lucu, lagunya bagus dan enak untuk didengar.
6. Video klip yang dipublikasikan sangat berpengaruh pada tingkat popularitas Lively Band.

7. Hasil jawaban kuesioner responden pakar (ahli) terhadap salah satu Dosen Sekolah Tinggi Multimedia MMTC Yogyakarta, menunjukkan bahwa efek optical flares yang ditambahkan pada video klip Lifely Band memberikan kesan glamour dan lebih hidup pada gambar atau video. Efek optical flares pada video bersifat dinamis, apabila tidak ditampilkan tidak ada masalah, tetapi saat scene pengenalan personil pada video klip, jika efek optical flares dihilangkan, gambar terasa kurang hidup. Pemilihan penggunaan efek optical flares pada video ini sangat sesuai dengan content video yang menggunakan talent anak muda dan isi lagu dengan beat kencang , sehingga hasil akhir video klipnya lebih sesuai. Terlampir.
8. Hasil survey kuesioner responden terhadap mahasiswa Sekolah Tinggi Multimedia MMTC Yogyakarta, menunjukkan bahwa 100 % responden tertarik untuk melihat video klip Lifely Band yang lagunya berjudul Pacar BBM. Dilihat dari pendapat responden, implementasi efek dan konsep video clip, 60.% responden menjawab sangat bagus dan 40 % responden menjawab bagus. Terlampir.

5.2 Saran

1. Mencari major label musik untuk mempromosikan Band.
2. Untuk mempromosikan video klip di DAHSYAT RCTI dan INBOX SCTV memerlukan biaya yang besar, di sarankan pihak Management mencari Producer yang mampu membiayai Band sepenuhnya.