

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan iklan pada Jembatan Wisata Alam adalah sebagai berikut :

1. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi.
 - Pada tahap praproduksi dihasilkan perancangan pembuatan iklan mulai dari pengumpulan data, penentuan ide iklan, Rancangan Naskah Iklan, merancang Storiboard. 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.
 - Pada tahap pascaproduksi, proses editing gambar dan suara dilakukan menghasilkan video yang biasa digunakan untuk media promosi selanjutnya oleh Jembatan Wisata Alam.

- Pada tahap analisis, telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Jembangan Wisata Alam yaitu dengan tidak adanya media promosi sehingga masyarakat belum banyak yang mengetahui akan adanya potensi wisata yang ada di Kebumen.
- 2. Penggunaan iklan ini sebagai media promosi yang lebih luas dengan media penayangan presentasi, dapat membantu pihak Jembangan untuk meningkatkan citra dari tempat wisata yang efektif.
- 3. Media Promosi Video Profile Jembangan Wisata Alam bukan semata-mata memberikan bagaimana cara membuat iklan video yang baik saja, akan tetapi bisa memberikan solusi dari permasalahan yang ada di Pihak Jembangan.

5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan sistem ini selanjutnya :

1. Konsep, naskah, storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian visual effect dan motion grafis. 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 saat shooting berlangsung.

3. Proses pembuatan video profile sebaiknya dikerjakan oleh beberapa orang yang ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pengisi suara atau dalam pembuatan animasi.
4. Bagi peneliti lain, dalam mengukur efektifitas sebuah iklan hendaknya memilih iklan yang sesuai dengan waktu penelitian atau masih aktual. Sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain di luar iklan tersebut yang menjadi pertimbangan audiences dalam menilai.

