

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari uraian penjelasan keseluruhan materi pada penulisan skripsi ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pembuatan iklan “Perancangan dan Pembuatan Iklan Teaser Loket 24 Dengan Pemberian Teknik Computer Generated Imagery (CGI) dan Stop Motion Sebagai Media Promosi dan Informasi” ini melewati tiga tahap, yaitu sebagai berikut :
  - a. Tahap Pra Produksi, meliputi membuat konsep dan ide cerita, pembuatan naskah iklan, dan pembuatan *storyboard* iklan Loket 24.
  - b. Tahap Produksi, meliputi kegiatan *shooting* video atau pengambilan gambar untuk stop motion di dua lokasi yaitu café Ca – Kun dan aula Asrama Tangerang, pemilihan atau seleksi video dan gambar, dan proses editing yaitu penggabungan antara gambar – gambar dan video serta pemberian *effect* dan *audio*.
  - c. Tahap Pasca Produksi, meliputi hasil *editing*, *rendering*, dan hasil pengujian dengan metode *Alpha Testing*, lalu kemudian iklan di upload di *Youtube* sebagai media promosi dan informasi.
  - d. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*) digunakan dalam melakukan perancangan ini. Dan dari analisis

tersebut dapat ditemukan bahwa Weakness pada Locket 24 ini yaitu Locket 24 belum dikenal masyarakat secara luas terutama di Yogyakarta dan proses promosi hanya melalui website dan informasi antar individu saja. Maka dari itu dengan dibuatnya iklan televisi ini sebagai salah satu solusi penambah media promosi elektronik yang lebih luas dan menyeluruh.

Meskipun demikian iklan Locket 24 ini masih memiliki banyak kelebihan dan kekurangan yaitu :

Kelebihan :

1. Konsep atau tampilan iklan yang modern dan menarik.
2. Penyampaian yang tepat sasaran oleh para calon mitra bisnis atau para pemirsa televisi.

Kekurangan :

1. Iklan yang hanya ditayangkan di beberapa televisi lokal Yogyakarta saja.
2. Konsep iklan yang terlalu variatif sehingga penyampaian pesan yang kurang maksimal.

## 5.2 Saran

1. Ide cerita harus lebih luas dan kreatif karena iklan televisi mempunyai sasaran konsumen yang lebih luas.

2. Untuk menghasilkan iklan yang baik sangat disarankan pengerjaannya dilakukan dengan baik pada proses pra produksi agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar. Pengerjaan pada tahap pra produksi yang dilakukan dengan baik, dapat memperindah pengerjaan pada tahap – tahap selanjutnya.
3. Di dalam membuat iklan sebaiknya harus bekerja sama dengan orang – orang yang mempunyai kemampuan masing – masing sesuai dengan bidangnya. Ada yang tugasnya sebagai penulis naskah cerita, pembuatan *storyboard*, *editing* dan *rendering* agar dapat menghasilkan sebuah iklan yang kreatif namun mampu mempunyai daya tarik untuk ditonton.

