

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan iklan The Westlake Resto adalah sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan televisi harus melalui 3 tahap yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.
  - a. Pada tahap praproduksi dihasilkan perencanaan secara baik sebelum proses produksi dengan mempelajari naskah, storyboard dan menganalisis teknik produksi yang dituangkan pada storyboard dan syuting schedule. Pada tahap produksi proses syuting dilakukan, pencahayaan diatur dan kamera dipilih yang menghasilkan video hasil syuting dengan durasi 30 detik membutuhkan waktu syuting 1 hari.
  - b. Pada tahap pascaproduksi setelah proses editing dan rendering video selesai, maka dihasilkan berupa video iklan The Westlake Resto dengan durasi iklan 30 detik.
2. Pada tahap Analisis SWOT yang telah dilakukan telah menunjukkan letak permasalahan yang dialami oleh The Westlake Resto yaitu kurangnya promosi ke luar daerah dan letak yang bukan merupakan tempat tujuan wisata kemudian dijabarkan strategi terhadap permasalahan yang timbul serta uji kelayakan sistem baru. Dari hasil uji

kelayakan dapat disimpulkan sistem iklan televisi The Westlake Resto ini layak dilaksanakan, dan segera akan diimplementasikan di stasiun TV lokal Jogja TV.

Meskipun demikian, iklan The Westlake Resto ini memiliki kelebihan dan kekurangan, yaitu :

1. Kelebihan :

- a. Informasi dalam bentuk iklan televisi lebih bersifat menarik dibandingkan dengan informasi yang disampaikan melalui brosur atau media lainnya.
- b. Informasi mampu diterima oleh masyarakat luas dari semua kalangan, dengan menunjukkan keadaan asli The Westlake Resto.
- c. Data informasi yang didapat dari iklan televisi ini merupakan data informasi sekarang sehingga hasil iklan yang ditampilkan akan sama dengan keadaan The Westlake Resto saat ini.

2. Kekurangan :

- a. Proses perekaman narasi yang banyak mengalami gangguan dari luar (noise) membuat iklan ini kurang menarik dari segi audio terutama narasi.
- b. Ada beberapa frame iklan yang terlalu banyak mendapat cahaya. Hal ini akan mempengaruhi kualitas video dan juga kendala dalam melakukan koreksi warna.
- c. Cuaca yang sewaktu-waktu cepat berubah juga menjadi kendala ketika pengambilan video di Function Hall yang kurang cahaya.

## 5.2 Saran

Akhir dari penyelesaian skripsi ini setelah melakukan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka ditemukanlah saran sebagai berikut :

1. Dengan proses pengambilan gambar pada ruangan terbuka tetap harus menggunakan cahaya lampu agar tidak terjadi bayangan pada obyek yang terlalu berlebihan, selain itu juga dapat menggunakan reflector untuk memantulkan cahaya ke daerah yang diinginkan. Selain dapat mengurangi bayangan yang berlebih, juga dapat menghasilkan POI dengan gambar tajam. Hanya saja penggunaan reflector hanya mampu pada obyek yang relatif kecil.
2. Perlu diperhatikan dalam pembuatan iklan adalah, jika menggunakan kamera DSLR tetap menggunakan Tripod jika pengambilan gambar diam dan menggunakan Fly Cam jika pengambilan gambar secara bergerak. Untuk mengurangi guncangan dan gambar goyah.
3. Dengan efek-efek ataupun transisi yang minimalis pada pembuatan iklan sebuah restaurant, akan menunjukkan situasi tampilan yang alami dan asli dari restaurant tersebut. Akan lebih menarik dibandingkan kita menampilkannya dengan berbagai macam efek dan transisi.
4. Melakukan proses perekaman narasi, usahakan pada ruangan yang benar-benar tenang dan jauh dari sumber suara-suara karena akan berdampak pada kualitas rekaman yang didapat. Adobe Soundboth CS5 hanya akan mengurangi sedikit noise tetapi tidak menghilangkan noise.

5. Gunakan alat perekam suara yang benar-benar berkualitas bagus, supaya suara yang direkam benar-benar jernih dan tidak banyak mendapatkan noise.

