

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembuatan iklan televisi Bengkel New General Yogyakarta dapat diambil kesimpulan tentang bagaimana membangun profil dengan memanfaatkan iklan televisi yaitu diperlukannya beberapa tahapan penting yaitu :

1. Tahap Pra Produksi

Yaitu tahapan dimana diciptakannya ide cerita yang akan dituangkan di dalam naskah iklan (*Screen writing*), Pembuatan Storyboard dan direncanakannya anggaran yang diperlukan untuk pembuatan iklan televisi ini (*FUNNING*), juga Pencarian crew (*Assembling a Crew*), melakukan Hunting lokasi (*Location Schouting*) yang dilakukan di bengkel New General serta menentukan jadwal shooting (*shooting Scheduling*).

2. Tahap Produksi

Yaitu tahapan dimana dilakukannya kegiatan produksi/shooting di lokasi yang telah ditentukan sesuai jadwal yang telah disusun sebelumnya.

3. Tahap Pasca Produksi

Yaitu tahap dimana video hasil produksi akan di Capture / Transfer video ke computer, meng Convert file, melakukan Editing seperti meng import file, *Cutting video*, *Mixing video* (penambahan transisi), menambahkan audio, menambahkan Tiitle. Hingga *Rendering*, lalu dilakukannya *Mastering / Copies* hingga hasil dari video itu dikirimkan ke client.

Analisis *SWOT* (*Strenght, Weaknesess, Oppurtunity, Threath*) digunakan dalam melakukan perancangan ini. Dan dari analisis tersebut dapat ditemukan bahwa Weekness yang dialami pada bengkel New General ini adalah kurangnya Promosi / Pemasaran secara menyeluruh. Maka dari itu dengan dibuatnya iklan televisi ini sebagai solusi sebagai promosi elektronik yang lebih luas dan menyeluruh.

Dan dari hasil pengukuran uji kelayakan melalui *Kuisisioner* dari berbagai user yang telah ditentukan dapat disimpulkan bahwa *iklan televisi pada Bengkel New General ini layak untuk digunakan sebagai media promosi bengkel New General*. Karena Mampu membangun citra bengkel, memberi manfaat dan keuntungan terutama dari sisi pemasaran dan pendapatan ekonomi.

5.2 Saran

Saran yang diperoleh dari pembuatan iklan Televisi Bengkel New General Ini Antara Lain :

1. Eksekusi ide iklan agar lebih matang menyangkut *style, tone* dan *format*. Apalagi dalam memaparkan *mood or image* dalam iklan tersebut.
2. Televisi merupakan media *audiovisual* sehingga penonton dapat melihat produk yang di klankan di televisi secara maksimal. Dengan demikian iklan televisi harus mempunyai karakteristik yang kuat baik pesan dari produk dapat dikomunikasikan secara total baik dari audio, visual ataupun gerak.

3. Proses produksi iklan dari awal penciptaan konsep / pengembangan konsep kreatif iklan sampai kepada pengiriman ke *client* agar lebih Terstruktur dan terjabar jelas.
4. Ilustrasi musik dan *SFX* merupakan hal yang paling penting dalam iklan karena mampu meningkatkan *memorability* (daya ingat) terhadap iklan, namun walaupun begitu jangan sampai hal ini justru membuat pesan iklan malah 'tenggelam'. Orang ingat musiknya namun lupa keistimewaan produk / jasa yang ditawarkan.
5. Penempatan iklan harus dapat disesuaikan dengan kepentingan pemasang iklan dan disesuaikan dengan *run down* acara serta sebaiknya ditempatkan di waktu *primetime* agar iklan lebih tepat sasaran.