

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pembahasan keseluruhan materi dalam penulisan skripsi ini dapat disimpulkan bahwa, dalam pembuatan iklan TV ini, melalui tahapan – tahapan untuk terciptanya proyek iklan TV. Tahapan-tahapan tersebut adalah:

1. Pra Produksi (*Pre Production*)
2. Produksi
3. Pasca Produksi (*Post Production*)

Inti utama strategi perancangan iklan TV *The House Of Raminten* adalah pemilihan dan penggunaan salah satu dari 6 strategi kreatif perancangan iklan TV yaitu menggunakan strategi *premitive*, dan selanjutnya pembuatan naskah, storyboard, dan perancangan grafis.

Membuat iklan terlebih dahulu orang-orang kreatif merancanganya dalam bentuk naskah dan storyboard. Pada proses tahap ini, orang-orang kreatif melakukan analisa dan mengambil salah satu atau lebih dari 6 strategi kreatif perancangan iklan TV yang akan digunakan dalam perancangan iklan TV, oleh karena itu pemilihan dan penggunaan strategi kreatif ini masuk dalam tahap Pra Produksi. Dengan penggunaan strategi *premitive* dalam perancangan iklan TV *The House Of Raminten* diharapkan sudah efektif dalam mendukung alat untuk menyampaikan informasi ke masyarakat.

5.2 Saran

1. Dalam membuat suatu video periklanan maka masyarakat dapat mengetahui suatu informasi perusahaan tersebut dengan tujuan untuk lebih bagi mereka yang mengetahuinya.
2. Selain bentuk video dan suara sebaiknya sebuah iklan video juga memasukan unsure video yang berformat WMV, AVI, MPEG atau yang lainnya agar masyarakat bisa memiliki gambaran yang lebih tentang kondisi dan situasi dari perusahaan tersebut.

