

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan yang didapatkan selama pembuatan iklan televisi ini, antara lain sebagai berikut :

- 1) Pembuatan iklan GRSB Yogyakarta melalui 3 tahapan proses yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Tahap pra produksi berisi mengenai rancangan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Kegiatan pra produksi meliputi penentuan ide dan konsep iklan, serta perancangan naskah, storyboard dan jadwal syuting. Tahapan produksi berisi mengenai materi-materi yang dibutuhkan iklan televisi yang dibuat. Kegiatan produksi meliputi proses pengambilan gambar gerak dan perekaman narasi. Tahapan Pasca produksi berisi mengenai pengolahan materi-materi mentah yang didapatkan dari proses produksi menjadi iklan televisi yang siap untuk ditayangkan. Kegiatan pasca produksi meliputi proses editing, testing dan rencana penayangan iklan televisi.
- 2) Iklan televisi ini dibuat sebagai media promosi GRSB Yogyakarta yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai GRSB Yogyakarta.
- 3) Penayangan iklan ini pada media televisi (Jogja TV dan TVRI Yogyakarta) ditentukan juga oleh persetujuan dari pihak GRSB Yogyakarta.

- 4) Iklan televisi GRSB Yogyakarta ini berjudul "Get the Soul", tergolong dalam jenis iklan komersial, durasi video iklan 30 detik , format video AVI, video codec DV PAL.
- 5) Keseluruhan proses perancangan iklan televisi GRSB Yogyakarta ini diselesaikan dalam kurun waktu 12 minggu. Berdasarkan estimasi dana yang sudah dituliskan, perancangan iklan ini menghabiskan dana sebesar Rp 1.200.000.
- 6) Berdasarkan kuisioner, 71,4% koresponden menyatakan bahwa iklan televisi ini baik dan layak untuk ditayangkan pada televisi.

## 5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan iklan televisi ini masih terdapat banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu diharapkan adanya pengembangan untuk menyempurnakan iklan ini. Ada beberapa saran yang didapatkan selama pembuatan iklan televisi ini, antara lain sebagai berikut :

- 1) Pembuatan iklan ini masih menggunakan software yang tidak original sehingga legalitasnya masih perlu diperhatikan.
- 2) Kualitas video kurang baik karena kurangnya pencahayaan pada saat proses syuting sehingga untuk kedepannya perlu diperhatikan aspek pencahayaan dan teknik penggunaan kamera pada saat pengambilan gambar.
- 3) Kualitas perekaman narasi juga perlu diperhatikan. Diperlukan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kualitas hasil rekaman

yang lebih baik seperti microphone dan studio kedap suara yang memenuhi standar *recording*.

- 4) Terbatasnya anggaran dana yang tersedia untuk pembuatan iklan dapat mempengaruhi seluruh aspek yang ada dalam pembuatan iklan, maka dari itu diperlukan tersedianya anggaran dana yang lebih mencukupi di masa mendatang.
- 5) Pembuatan iklan ini dikerjakan oleh amatir, sehingga iklan ini belum bisa dibandingkan dengan iklan-iklan lain yang dikerjakan oleh profesional.

