

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pembuatan iklan Televisi Kura-kura Ocean Park adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuat iklan Televisi melalui 3 tahap yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pascaproduksi.
  - 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, dan dihasilkan video hasil syuting. Dengan durasi 30 detik membutuhkan waktu syuting 3 hari.
  - Pada tahap pascaproduksi dihasilkan video yang telah melalui proses pengeditan, pemberian efek-efek spasial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video dan video siap untuk disiarkan (untuk iklan TV).
  - Pada tahap Analisis SWOT yang telah dilakukan telah menunjukkan letak permasalahan yang dialami oleh wahana rekreasi Kura-kura Ocean Park yaitu kurangnya promosi kedaerah luar area wahana rekreasi Kura-kura Ocean Park yang kemudian dijabarkan strategi terhadap permasalahan

yang timbul serta uji kelayakan sistem baru. Dari hasil uji kelayakan dapat disimpulkan sistem Iklan Televisi wahana rekreasi Kura-kura Ocean Park ini layak untuk dilakukan karena memberikan keuntungan dari sisi teknis, ekonomi, organisasi, hukum, waktu.

2. Penggunaan iklan televisi ini ditayangkan secara nasional melalui stasiun Global TV dan Trans 7, sehingga target pemasarannya akan lebih luas dan lebih banyak.
3. Iklan ini dibuat dengan durasi 30 detik karena biaya iklan TV tergantung pada lamanya durasi iklan yang ditayangkan, karena hitungan yang digunakan per 30 detik dengan *standard rate* 30 detik = 100% dan iklan ini tersusun dari 24 *frame*.
4. Manfaat iklan Kura-kura Ocean Park sebagai media promosi sekaligus sebagai media promosi wisata Kabupaten Jepara, yang nantinya dapat menaikkan tingkat pengunjung wisatawan lokal maupun asing. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi bagi masyarakat pada khususnya akibat perputaran uang kepada masyarakat yang merupakan imbas naiknya tingkat pengunjung wisatawan dan meningkatkan pendapatan ekonomi bagi Pemerintah Jepara pada umumnya.

Meskipun demikian, Iklan Kura-kura Ocean Park ini masih memiliki kekurangan dan kelebihan, yaitu:

**Kelebihan:**

1. Informasi dalam bentuk iklan televisi lebih bersifat menarik dibandingkan dengan informasi yang disampaikan melalui brosur.

2. Data informasi yang didapat dari iklan televisi ini merupakan data informasi sekarang sehingga hasil iklan yang ditampilkan akan sama dengan keadaan Kura-kura Ocean Park sekarang.

Kekurangan:

1. Proses perekaman narasi yang banyak gangguan dari luar (*noise*) membuat iklan ini kurang menarik dari segi audio.
2. Ada beberapa frame iklan yang kurang cahaya. Hal ini akan mempengaruhi kualitas video iklan secara keseluruhan.

## 5.2 Saran

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

1. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan iklan adalah memilih kamera yang standar broadcast dan pada proses pengambilan gambarnya.
2. Lebih memperhatikan proses pencahayaan, proses *shooting* dalam ruangan pastikan obyek yang akan di *shoot* pada area cukup cahaya dimana cahaya lampu itu jatuh.
3. Pada saat melakukan proses perekaman narasi, usahakan pada ruangan yang benar-benar tenang, jauh dari noise karena akan berdampak pada kualitas rekaman yang didapat. Adobe Sounbooth CS3 hanya akan mengurangi sedikit noise tetapi tidak menghilangkan noise tersebut.