

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari pembuatan iklan dengan CGI untuk murakabana furniture Kulon Progo adalah sebagai berikut :

1. Untuk pembuatan iklan menggunakan 3 tahapan yaitu tahapan praproduksi, tahap produksi, tahap pascaproduksi.
 - Pada tahapan praproduksi dihasilkan perencanaan pembuatan iklan sebelum pembuatan dilakukan terlebih dulu dibuat membuat naskah, storyboard setelah itu masih ada pengembangan naskah ada atau tidak yang perlu ditambahi atau dikurangi. Merancang perlengkapan yang akan dibutuhkan dilapangan dan mencari crew lapangan.
 - Pada tahapan produksi proses shooting dilakukan, semua yang telah dipersiapkan diterapkan, perlengkapan ditata sesuai rencana,talen dipersiapkan, pencahayaan disiapkan. Dengan durasi 1 menit 24 detik membutuhkan waktu shooting 1 hari.
 - Pada tahapan pascaproduksi dihasilkan video yang telah diberi efek-efek special atau CGI, pemberian efek sound agar video lebih terasa menarik.

- Pada tahap Analisi yang telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Murakabana Furniture yaitu tidak adanya promosi yang menggunakan mediamasa sehingga hanya beberapa orang atau golongan yang mengetahuinya.
2. Penggunaan iklan ini sebagai media promosi dapat membantu Murakabana Furniture sehingga target pemasaran akan lebih luas dan lebih banyak.
 3. Tampilan iklan yang menggunakan penggabungan antara animasi dan video nyata sangat menarik dan tidak membosankan sehingga mampu menarik hayalak umum.
 4. Iklan ini dibuat dengan durasi 30 detik karena biaya iklan TV tergantung pada lamanya durasi iklan yang ditayangkan, karena hitungan yang digunakan per30 detik dengan *standar rate* 30 detik = 100% dan iklan ini tersusun dari 24 *frame*.

Meskipun demikian, iklan dari Murakabana Furniture ini masih memiliki kekurangan dan kelebihan, yaitu:

Kelebihan:

1. Iklan dalam bentuk iklan video ini memiliki tampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan iklan melalui brosur.

2. Biaya pembuatan juga cenderung lebih murah karena penggunaan greenscreen.

Kekurangan:

1. Iklan dibuat tapi belum dikomersilkan atau dengan kata lain iklan ini belum masuk ke TV nasional ataupun local.

5.2 Saran

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

1. Hal-hal yang sangat perlu diperhatikan adalah pencahayaan, karena cahaya asli dengan cahaya pada foto atau grafis yang dibuat belum tentu sama.
2. Peralatan yang digunakan harus disiapkan sebelum pembuatan dilakukan.
3. Pada saat pengeditan lebih baik kalau akan menggunakan efek yang cukup besar menggunakan Ram 4 GB dan VGA yang memang sudah standarnya, karena akan berdampak pada pergerakannya.