

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan di ulas tentang kesimpulan yang berisi hasil-hasil yang diperoleh setelah dilakukan penelitian tentang Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta Sebagai Media Promosi. Saran-saran yang diberikan catatan dan perbaikan yang akan mendatang.

5.1 Kesimpulan

Setelah menyelesaikan tentang Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta Sebagai Media Promosi, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta Sebagai Media Promosi dilakukan melalui 3 tahap, yakni pra produksi (Ide Cerita, Rancangan Alur Video Iklan, dan Pembuatan *Storyboard*), produksi (Penggambaran, Pewarnaan, *Dubbing*, dan *Sound Editing*), dan Pasca Produksi (*Compositing*, Editing, dan *Rendering*).
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh Pihak Kamara Living Yogyakarta dan Masyarakat Umum / *Random Audience* penilaian iklan ini mendapatkan nilai Pihak Kamara Living Yogyakarta (**88.29 %**) dan Masyarakat Umum / *Random Audience* (**87.86%**) dengan kategori **Sangat Valid** sehingga Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta Sebagai Media Promosi dapat dan layak ditayangkan.

3. Dari Penelitian hasil review tentang aspek tampilan dan informasi video ini kepada pihak Kamara Living Yogyakarta dinyatakan diterima dan siap untuk ditayangkan di stasiun televisi RBTv Yogyakarta.
4. Dalam perancangan dan pembuatan video iklan televisi Kamara Living Yogyakarta menggunakan teknik *motion graphic* terdapat 6 prinsip dasar animasi dari 12 prinsip dasar animasi yang digunakan, untuk memaksimalkan penampilan pada animasi semakin banyak prinsip dasar animasi yang digunakan akan semakin baik.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai masukan, yaitu sebagai berikut :

1. Mengacu pada hasil penelitian dan kesimpulan kuesioner bahwa iklan televisi dengan teknik *motion graphic* sudah layak untuk ditayangkan dari aspek tampilan, informasi, dan konten, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti mengenai pengaruh media *motion graphic* terhadap variabel-variabel lainnya seperti penerapan dan perancangan plug-in “duik” yang dapat diterapkan dalam pembuatan rigging animasi *motion graphic*.
2. Berdasarkan pengamatan dari iklan televisi dan media promosi yang beredar, perancangan dan pembuatan iklan televisi yang memfokuskan dalam pengenalan produk dan promosi dengan visualisasi, akan jauh lebih baik dan informatif jika dilakukan dengan teknik pengambilan gambar *live shoot*. Sedangkan animasi *motion*

graphic hanya sebagai elemen pendukung yang akan ditambahkan pada video *live shoot*.

3. Perancangan Tabel Storyboard dapat ditambahkan dengan kode VO atau Voice Over untuk perancangan video yang menggunakan suara narrator untuk menyampaikan informasi dari tiap scene di video yang akan dibuat. Kemudian naskah VO dapat dilampirkan pada halaman lampiran.
4. Pembuatan animasi dengan teknik *motion graphic* secara keseluruhan dapat dikombinasikan dengan beberapa teknik animasi lainnya seperti animasi *morphing* dan animasi karakter agar mampu menciptakan animasi yang lebih menarik.

