

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan Ayu Collection Batik, dapat disimpulkan bahwa :

1. Bahwa telah dibuat media promosi Ayu Collection Batik dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu pra produksi meliputi (*ide konsep, naskah, storyboard* ), produksi meliputi (*pengambilan footage video, pembuatan animasi*), dan pasca produksi yang meliputi (*Editing, Compositing, dan Rendering*).
2. Video iklan Ayu Collection Batik yang berdurasi +- 1 menit sudah diterima oleh pihak Ayu Collection Batik dan disetujui jika ada revisi video yang sudah diserahkan tersebut akan diganti dengan yang baru dan baru akan di *Upload* oleh pihak Ayu Collection Batik.
3. Melalui hasil kuesioner diperoleh hasil akhir berupa perhitungan kuesioner dengan menggunakan skala *likert* sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian diatas, menunjukkan bahwa seluruh aspek penilaian hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada pihak Ayu Collectio Batik, para ahli, dan masyarakat umum, terhadap penilaian video iklan tersebut mendapatkan penilaian untuk pihak Ayu Collection Batik dengan persentase **85,71%**, pihak para ahli dengan persentase **81,43%**, dan pihak

masyarakat umum dengan persentase **86,79%** yang termasuk dengan kriteria sangat baik. Dengan adanya penilaian tersebut, mengartikan bahwa video iklan Ayu Collection Batik ini berhasil dalam memvisualisasikan materi dan penyampaian informasi terhadap produk yang dimiliki serta layak untuk ditampilkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, penulis menyarankan beberapa hal sebagai masukan, yaitu sebagai berikut :

1. Sebaiknya, jika ingin menggunakan lokasi yang harus menggunakan surat ijin dari pihak instansi kampus atau sebagainya, lebih baik dipersiapkan terlebih dahulu, dan melakukan *survey* lokasi tempat *shoot* video.
2. Sebelum membuat *project* multimedia, lakukanlah pengumpulan data dan analisa.
3. Sebelum melakukan tahapan pengerjaan dari pra produksi hingga pasca produksi, sebaiknya pelajari terlebih dahulu dasar-dasar animasi, pengaplikasian kamera untuk mengambil gambar, mempelajari cara penggunaan alat yang belum pernah digunakan dengan baik, semisal penggunaan alat stabilizier, agar saat tahapan produksi dapat berjalan dengan lancar. Lalu memperbanyak referensi yang berkaitan dengan animasi dan cara pengambilan gambar dengan baik.
4. Merancang dan membuat video iklan dengan lebih kreatif. Sehingga perlunya pengembangan ide dan konsep yang lebih baru agar para

penonton lebih tertarik karena melihat video iklan dengan ide dan konsep yang berbeda dari biasanya.

5. Memperhatikan konsep, naskah, dan *storyboard* agar dalam pelaksanaan tahapan produksi dan pasca produksi dapat berjalan sesuai konsep yang diinginkan.
6. Dalam proses *editing* atau *compositing* disarankan menggunakan laptop atau komputer yang sesuai atau menjalankan aplikasi berat yang digunakan dalam pembuatan video iklan untuk menghindari *lagging* atau *not responding*.
7. Melakukan *testing* dengan cara mengevaluasi kembali video yang telah dibuat untuk menghindari adanya *broken*, *crash*, dan *incomplete* pada video iklan.

