

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahapan yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi Warung Kopi Merapi menggunakan teknik timelapse dan double exposure, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan untuk Warung Kopi Merapi dengan menggunakan teknik timelapse dan double exposure sudah sesuai dengan storyboard.
2. Video promosi pada Warung Kopi Merapi berdurasi 45 detik, dengan format video .mp4 dengan ukuran file .31,058 kb
3. Video iklan ditayangkan di Youtube dengan channel “warung kopi merapi” dan Instagram dengan akun “warkop_merapii”.
4. Dalam pembuatan teknik timelapse masih terlihat sedikit kasar karena frame yang bergerak-gerak.
5. Pengerjaan teknik double exposure membutuhkan sedikit waktu tetapi pada hasilnya masih sedikit kurang halus.

5.2 Saran

Pembuatan iklan Warung Kopi Merapi menggunakan teknik timelapse dan double exposure ini masih mempunyai beberapa kelemahan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video promosi adalah :

1. Konsep, naskah, dan storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian timelapse dan double exposure.
2. Pencahayaan yang luring atau berlebihan sehingga kedepannya perlu diperhatikan aspek pencahayaan dan penggunaan kamera pada saat pengambilan gambar.
3. Keterampilan dalam proses editing dan penguasaan software sangat menentukan efisiensi proses produksi.
4. Pembuatan video ini sebaiknya dikerjakan secara berkelompok untuk hasil yang maksimal serta penghematan waktu pengerjaan. Karena diperlukan kemampuan orang lain dalam setiap proses editing-nya