

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan proses pembuatan video iklan Wozmi Indonesia dapat disimpulkan bahwa pembuatan video ini, peneliti melalui 3 tahap yaitu Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi. Dalam tahap pra-produksi terdapat beberapa langkah persiapan yaitu screen writing atau pencarian ide/gagasan, penentuan tema, perancangan naskah dan membuat Storyboard. Dalam tahap produksi merupakan tahap implementasi dari tahap perancangan. Peneliti melakukan Design Karakter, Animation dan Dubbing dan Pasca Produksi melakukan Editing untuk Penggabungan audio dan video, Rendering.

Hasil dari video dibuat berdurasi 30 detik yang didalamnya membahas produk jasa, keunggulan Wozmi Indonesia dan cara pesan. Hasil dari kuisioner yang di bagikan kepada 30 orang sebagai berikut:

1. 46 % responden menyatakan kualitas audio yang dihasilkan baik.
2. 60 % responden menyatakan kualitas gambar yang ditampilkan sangat baik.
3. 43,3% responden menyatakan penyampaian informasi sangat baik.
4. 60% responden menyatakan penyampaian narasi oleh narator sangat baik.

5. 70% responden menyatakan media promosi ini lebih baik dari media promosi sebelumnya.
6. 63,1% responden menyatakan tampilan background dalam video sangat baik.
7. 60% responden menyatakan tampilan gambar sangat baik.
8. 63,3 % responden menyatakan tampilan huruf sangat baik.
9. 76,7% responden menyatakan tampilan animasi sangat baik.
10. 63,3% responden menyatakan penggunaan suara sangat baik.

### 5.1 Saran

Pada pembuatan vidio ini, tentu masih mempunyai banyak kekurangan yang perlu disempurnakan lagi, oleh sebab itu, beberapa saran dan masukan yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Animasi ini dapat dikembangkan dengan alur cerita yang berbeda.
2. Konsep, naskah dan storyboard harus matang, karena sebagai acuan dalam proses produksi dan pasca produksi pembuatan vidio promosi.
3. Memperbanyak referensi untuk meningkatkan kualitas desain serta kehalusan pergerakan pada animasi.