

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perancangan dan pembuatan iklan berbasis animasi 2 dimensi untuk produk air minum “Arthess” pada PT. Lingga Harapan Jambi dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Iklan yang dibuat oleh peneliti sudah sesuai batasan-batasan masalah yang telah ditetapkan pada awal penelitian. Yaitu, mencakup tahap pra produksi yang meliputi proses pembuatan konsep, naskah, storyboard, dan desain karakter. Tahap produksi yang meliputi *drawing* yang diproses secara digital. Tahap pasca produksi yang meliputi proses *pre-editing, compositing, editing*, hingga *rendering*.
2. Timing itu penting. Dalam proses menggambar frame dibutuhkan perhitungan antara durasi dan *frame* per detik agar hasil animasi sesuai dengan durasi adegan di *storyboard*. Untuk bagian pembuatan animasi *frame by frame*-nya membutuhkan 744 gambar atau setara 31 detik (24 fps). Setelah menambahkan berbagai macam aset seperti narasi, musik latar belakang, logo, teks di akhir dan menyelaraskannya. Durasinya bertambah menjadi 35 detik (24 fps).
3. Proses *rendering* iklan berdurasi 35 detik (24 fps) dengan output H.264, ekstensi MP4 dan resolusi 1080p, 720p, 480p adalah ±3 menit.

4. Info dan pesan yang disampaikan perusahaan dapat ditampilkan sesuai kebutuhan fungsional. Yaitu mencakup arti dari slogan “aman diminum setiap saat” dalam kehidupan sehari-hari yang didramatisasi. Selain itu, informasi keunggulan produk berupa teknologi pengolahan yang digunakan, dan informasi singkat berupa tahun berdirinya perusahaan sebagai pelopor produsen AMDK di Jambi yang tetap menjaga kualitasnya
5. Berdasarkan hasil dari pengujian iklan tidak ditemukan masalah apapun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan ini sudah layak untuk digunakan.

5.2 Saran

Walaupun iklan berbasis animasi digital dua dimensi yang telah peneliti buat sudah teruji dan layak untuk digunakan, peneliti sadar masih ada kekurangan dari segi proses pembuatan maupun hasil akhirnya.

Berikut beberapa saran dari peneliti agar penelitian yang telah dilakukan dapat dikembangkan oleh peneliti lain sehingga menghasilkan produk multimedia berupa iklan berbasis animasi yang lebih baik.

1. Pikirkan ide dan konsep iklan sebanyak-banyaknya, agar pada saat membuat naskah dan storyboard tidak mudah menemui jalan buntu.
2. Ide dan konsep yang akan diterapkan haruslah sudah matang agar perancangan ke depannya lebih cepat untuk dieksekusi.

3. Mengembangkan kemampuan menggambar agar proses produksi animasi *frame by frame* lebih cepat.
4. Selain dari ilmu animasi, kembangkan ilmu periklanan agar hasil akhirnya dapat menarik lebih banyak perhatian dari berbagai kalangan.
5. Audio merupakan salah satu aspek penting dalam pembuatan sebuah iklan. Tambahkan narasi dan musik latar belakang sebagai bagian dari pembahasan atau dokumentasi penelitian.

