

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembuatan iklan dari Plafa Ice Buble Jogja ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Perancangan video iklan Plafa Ice Buble Jogja dilakukan melalui 4 tahap, yaitu analisis, pra-produksi (Ide cerita dan Pembuatan *Storyboard*), produksi (Pengambilan gambar, Perekaman suara), dan pasca produksi (*Compositing, Editing, dan Rendering*).
2. Berdasarkan hasil *testing* pada perhitungan skala likert aspek tampilan, responden memberikan suaranya dengan nilai akhir sebesar 89.9% yang artinya secara visual iklan Plafa Ice buble ini sudah sangat baik dan menarik untuk dironton.
3. Berdasarkan hasil *testing* pada perhitungan skala likert aspek informasi, responden memberikan suaranya dengan nilai akhir sebesar 83.2% kriteria sangat baik, ini dapat diartikan bahwa informasi yang ada dalam video iklan Plafa Ice Buble Jogja dapat tersampaikan dengan baik.
4. Teknik *green screen* dalam iklan ini digunakan untuk mengganti background video dengan background yang mempunyai kesesuaian warna dengan tema.

## 5.2 Saran

Penulisan skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis menuliskan beberapa saran yang bisa dikembangkan lagi untuk membuat video yang lebih baik di masa mendatang antara lain:

1. Informasi mengenai cara order produk bisa lebih diperjelas lagi agar calon konsumen yang menonton video iklan mendapat cukup informasi tentang bagaimana cara pemesanan produk.
2. Untuk menarik minat banyak konsumen sebaiknya iklan ditayangkan tidak hanya sekali di stasiun televisi, dan tidak hanya pada satu stasiun televisi
3. Dalam proses perekaman suara gunakan alat yang memadai seperti mikrofon khusus untuk merekam, sehingga suara yang dihasilkan jernih dan akan memudahkan pada saat editing.
4. Ekspresi wajah pemeran yang ada dalam video iklan harus lebih ekspresif lagi agar pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami dengan baik oleh calon konsumen.