

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu pembuatan Iklan Coffee Merapi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan Video iklan Coffee Merapi melalui 3 proses tahapan yaitu pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.
  - a. Tahap pra produksi berisi mengenai rancangan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan tahap pra produksi. Kegiatan pra produksi meliputi penentuan ide dan konsep iklan, serta merancang naskah, storyboard dan menganalisis teknik produksi, kegiatan produksi meliputi pemilihan lokasi, shooting, lighting dan pengaturan kamera.
  - b. Tahapan pasca produksi berisi mengenai pengelolaan materi-materi mentah yang didapat dari proses produksi menjadi video iklan yang siap untuk ditayangkan.
  - c. Kegiatan pasca produksi meliputi carturing, editing, mastering dan testing.
2. Video iklan ini dibuat sebagai media promosi Coffee Merapi yang bertujuan menyampaikan informasi mengenai Coffee Merapi. Menurut pemilik Coffee Merapi hasil akhir video iklan komersial Coffee Merapi sudah layak ditayangkan di videotron.

3. Penayangan iklan pada media videotron yang berada di Jalan Kaliurang, Yogyakarta ditentukan juga oleh persetujuan dari pihak Coffee Merapi. Video ini tayang pada tanggal 5 November 2018.
4. Durasi iklan Coffee Merapi 45 detik dengan format video MP4.
5. Melalui hasil kuisisioner didapatkan hasil akhir berupa perhitungan kuisisioner dengan menggunakan perhitungan Skala Likert sehingga mendapatkan hasil akhir sebagai berikut:
  - a. Dari hasil pertanyaan pertama, 86% responden menjawab **“Sangat Setuju”**
  - b. Dari hasil pertanyaan kedua, 80% responden menjawab **“Sangat Setuju”**
  - c. Dari hasil pertanyaan ketiga, 92% responden menjawab **“sangat Setuju”**
  - d. Dari hasil pertanyaan keempat, 86% responden menjawab **“Sangat Setuju”**

## 1.2 Saran

Beberapa hal yang masih menjadi kekurangan dalam video iklan ini memang terbilang banyak, hal tersebut perlu dikupas lebih luas lagi, penulis menemukan beberapa solusi dalam perancangan

1. Dengan durasi iklan 45 detik pada pembuatan iklan Coffee Merapi maka iklan yang dihasilkan kurang maksimal, sehingga perlu dilakukan pemilihan kata-kata yang singkat padat dan jelas.

2. Dengan adanya teknologi visual efek yang terus berkembang sehingga memungkinkan banyak dibutuhkan solusi-solusi visual efek yang lebih baik.
3. Oleh karena itu perlu dibutuhkan suatu media promosi untuk bisa meningkatkan pemasaran Coffee Merapi sehingga mendekati target pemasaran yang diinginkan.

