

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan iklan layanan masyarakat Busway Trans Jogja adalah sebagai berikut :

1. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap produksi menggunakan tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
 - a. Pada tahap pra produksi dihasilkan perancangan pembuatan iklan mulai dari pengumpulan data, penentuan ide iklan, rancangan naskah iklan, merancang *storyboard*. Tahap ini menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi.
 - b. Pada tahap produksi, dimulai dari persiapan alat yang digunakan, *setting* kamera, pemilihan lokasi yang sesuai, persiapan sebelum menjalankan *shooting*, pengaturan pencahayaan, dan apabila semua sudah siap kegiatan dilanjutkan sesuai dengan jadwal kegiatan yang sudah ditentukan.
 - c. Pada tahap pasca produksi, proses *editing* gambar dan suara yang dilakukan menghasilkan video yang biasa digunakan untuk media produksi selanjutnya oleh pihak Trans Jogja.
 - d. Pada tahap analisis, telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Busway Trans Jogja yaitu dengan sedikitnya media edukasi dan promosi sehingga masyarakat umum belum banyak

mengetahui dan menggunakan jasa transportasi masal milik pemerintah yaitu Busway Trans Jogja.

2. Penelitian ini menghasilkan iklan layanan masyarakat Busway Trans Jogja sebagai media edukasi masyarakat umum dengan durasi 60 detik yang ditayangkan di RBTv.
3. Dengan adanya informasi yang disajikan oleh Iklan Layanan Masyarakat Busway Trans Jogja di televisi, dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi masal Busway Trans Jogja. Saat ini, masyarakat cenderung memilih iklan di media elektronik daripada media cetak, hal ini dikarenakan iklan pada media elektronik lebih menarik dan penyampaian informasinya yang lebih mudah diterima. Masyarakat berharap, seluruh fasilitas transportasi masal perlu dikembangkan dan dikelola dengan baik, hal ini bertujuan agar transportasi masal dapat menjadi pilihan utama masyarakat dan wisatawan di daerah Yogyakarta dan sekitarnya.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat membantu dalam pengembangan video iklan selanjutnya:

1. Konsep, naskah, *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian *visual effect* dan *motion graphic*. Pada saat pengambilan gambar, penangkapan gambar video disesuaikan dengan momen di lapangan seperti halnya kegiatan membeli tiket, menunggu bus datang, dan bus yang dapat terkoneksi dengan beberapa fasilitas umum.

2. Agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat produksi disiapkan dengan matang sebelum melakukan kegiatan *shooting*.
3. Proses pembuatan video iklan layanan masyarakat sebaiknya dikerjakan oleh orang yang sudah ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pengambilan gambar dan pembuatan animasi.
4. Bagi peneliti lain, dalam mengatur efektifitas sebuah ide iklan hendaknya memilih iklan yang masih actual. Sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain diluar iklan yang tersebut yang menjadi pertimbangan pemirsa iklan dalam melakukan penilaian secara tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan pada pembuatan video iklan layanan masyarakat ini, oleh karena itu penulis akan menerima dengan lapang dada dan sangat berterima kasih atas segala kritik serta saran yang diberikan untuk pembuatan video iklan layanan masyarakat yang lebih baik di kemudian hari.