

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Dari pembahasan keseluruhan materi dalam penulisan skripsi ini dapat disimpulkan bahwa, dalam pembuatan iklan TV ini, melalui tahapan – tahapan untuk terciptanya proyek iklan TV. Tahapan-tahapan tersebut adalah:

1. Pra Produksi (*Pre Production*)
2. Produksi
3. Pasca Produksi (*Post Production*)

Inti utama strategi perancangan iklan TV warnet Globall – Seturan adalah pemilihan dan penggunaan salah satu dari 6 strategi kreatif perancangan iklan TV yaitu menggunakan strategi *premtive*, dan selanjutnya pembuatan naskah, storyboard, dan perancangan grafis.

Untuk membuat iklan terlebih dahulu orang-orang kreatif merancanganya dalam bentuk naskah dan storyboard. Pada proses tahap ini, orang-orang kreatif melakukan analisa dan mengambil salah satu atau lebih dari 6 strategi kreatif perancangan iklan TV yang akan digunakan dalam perancangan iklan TV, oleh karena itu pemilihan dan penggunaan strategi kreatif ini masuk dalam tahap Pra Produksi. Dengan penggunaan strategi *premtive* dalam perancangan iklan TV warnet Globall diharapkan sudah efektif dalam mendukung alat untuk menyampaikan informasi ke masyarakat

V.2 Saran

Kelemahan iklan TV ini adalah hanya mengandalkan olahan grafis dan animasi tanpa adanya syuting dan aktor, hal ini disebabkan karena obyek warnet yang kurang mendukung dalam pembuatan iklan TV dan kurangnya alat dalam pembuatan iklan TV. Saran untuk hal ini, pihak warnet Global juga harus melakukan sedikit perubahan dalam hal infrastruktur jika memungkinkan dan dari sisi pembuat iklan TV dibutuhkan ide kreatif yang lebih sehingga menghasilkan iklan TV yang lebih bagus dan dapat memasukkan adanya aktor dalam iklan TV..

