

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembuatan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*. Ini melewati tiga tahap, yaitu :

a. Tahap pra-produksi

Tahap pra-produksi, yaitu merupakan tahap pembuatan *storyboard* pada pembuatan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*, dan penulisan naskah penjas dalam videonya menggunakan Adobe After Effect CC 2019.

b. Tahap produksi

Tahap produksi, dimulai dari pembuatan *footage*, hingga saat menganimasikan *footage* hingga menjadi video mentah.

c. Tahap pasca produksi

Tahap pasca-produksi, meliputi *editing*, *compositing* dan *rendering* yang menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2019 dan Adobe Media Encoder CC 2019.

2. Hasil *rendering* akhir pembuatan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini memiliki kualitas HD 720p resolusi 1280 x 720 format .mp4 dan mempunyai ukuran video sebesar 248 MB, durasi video 3 menit 36 detik dengan jumlah frame 30 per detik.
3. Gambar yang ditampilkan dalam video iklan sesuai dalam poin-poin *storyboard* yang akan digunakan dalam promosi.

5.2 Saran

Perancangan video iklan Joglosemar Executive Shuttle Bus menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini masih mempunyai beberapa kelemahan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video adalah :

1. Konsep, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam implementasi pembuatan video.
2. Dalam proses editing dan compositing, gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kegiatan proses pengerjaan, agar detail setiap editing dapat dieksekusi dengan baik.
3. Narasi disesuaikan dengan *volume backsound* karena narasi lebih diutamakan untuk didengar daripada *backsound*-nya.
4. Dalam mengerjakan pasca-produksi harus diteliti secara detail agar saat *final render* tidak dilakukan secara berulang-ulang.
5. Durasi waktu yang digunakan harus benar-benar ditentukan agar hasil videonya sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.

6. Ketepatan informasi yang disajikan pada video iklan harus benar-benar terkonsep secara padat, jelas, dan akurat agar informasinya tersampaikan dengan baik.

