# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan iklan televisi Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah adalah :

1. Dalam penayangan iklan TV Balai Pelestaraian Cagar Budaya Jawa Tengah peneliti menggunakan media TV lokal RBTV karena Redaksi RBTV berlokasi dekat dengan peneliti dan referensi dari peneliti lain yang menayangkan hasil Iklan TV pada RBTV
2. Iklan Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah membutuhkan waktu 60 detik dalam penayangan karena agar gambaran Candi Plaosan, Candi Sojiwan, dan Candi gana serta pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penonton.
3. Peneliti menggunakan kamera mirrorless untuk pengambilan video karena mempunyai resolusi 24.3 megapixel dengan hasil video yang tajam serta bentuknya yang ramping dan ringan mudah untuk digenggam sehingga cukup untuk pembuatan Iklan TV ini.
4. Dalam pembuatan *Timelapse* peneliti menggunakan *action camera* Yi karena pada *action camera* tersebut sudah dilengkapi dengan fitur *timelaspe* dan penggunaanya yang mudah serta dapat diatur menggunakan *smartphone*.

5. Melalui hasil kuisioner didapatkan hasil akhir berupa penghitungan kuisioner dengan menggunakan perhitungan skala likert sehingga mendapatkan hasil akhir sebagai berikut :

    1. Aspek Multimedia

       Kesimpulan dilihat dari Aspek informasi didapat bahwa rata-rata 85% menunjukan responden dalam kriteria Sangat Setuju dengan video ini dilihat dari aspek multimedianya.

    2. Aspek Informasi

       Kesimpulan dilihat dari Aspek informasi didapat bahwa rata-rata 80% menunjukan responden dalam kriteria Sangat Setuju dengan video ini dilihat dari aspek informasinya.

**5.2 Saran**

Pembuatan iklan televisi Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah ini masih mempunyai beberapa kelemahan, untuk beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan iklan telvisi ini adalah :

1. Konsep, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian *motion grapich, timelapse* dan *live shoot*.
2. Dalam proses produksi, mulai dari tahap pra-produksi, tahap produksi hingga tahap pasca produksi, seorang editor harus mempunyai referensi yang baik di dunia broadcast, animator, editing agar dapat memperbanyak pengetahuan dan mendapatkan hasil karya yang diinginkan

3. Dalam memproduksi sebuah video iklan, data-data yag dibuthuhkan harus berdasarkan sumber yang terpercaya, sehingga informasi yang disampaikan akan valid.
4. Apabila memilih menggunakan teknik liveshoot, tambahkan beberapa efek 2D maupun 3D agar video yang dihasilkan tidak monoton.
5. Untuk menarik minat pengunjung pada candi sebaiknya penayangan iklan dilakukan secara terus menerus di media televisi, misalnya satu hari sekali penayangan agar pesan dan ajakan yang disampaikan dalam iklan dapat teringat pada calon pengunjung candi.