

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahapan yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan PT. Srikandi Mandiri Duta Mulia, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Pembuatan iklan televisi *Motion Graphic* pada PT. Srikandi Mandiri Duta Mulia Yogyakarta melewati tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, serta tahap pasca produksi, serta melakukan analisis dan perancangan. Namun ketika melakukan produksi dari perancangan yang telah di buat, tidak lepas dari kemungkinan adanya penambahan di luar perancangan.
2. Durasi video iklan PT. Srikandi Mandiri Duta Mulia Yogyakarta ini adalah 30 detik, yang dipublikasikan sementara oleh penulis pada RBTv untuk mengetes apakah secara teknis iklan ini sudah layak tayang.
3. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dilakukan oleh pihak PT. Srikandi Mandiri Duta Mulia Yogyakarta dan masyarakat umum / *random audience* penilaian untuk aspek tampilan yang dilakukan oleh pihak perusahaan yaitu ( 79% ) sementara untuk aspek informasi video yang dilakukan oleh *audience* yang telah ditunjuk mendapat nilai ( 81,8% ) dengan kategori **Balk** dan **Sangat Balk** sehingga video iklan ini layak ditayangkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, diantaranya adalah :

1. Data-data yang dikumpulkan harus dari sumber yang terpercaya agar informasi yang didapatkan valid
2. Konsep, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam implementasi video iklan.
3. Dalam membuat iklan menggunakan *motion graphic*, konsep yang akan digunakan harus matang agar dalam pembuatannya tidak mengalami kendala.
4. Dalam proses editing dan composing, gunakanlah spesifikasi computer yang mendukung kelancaran proses pengerjaan iklan.
5. Ide cerita harus lebih luas dan kreatif karena iklan televisi mempunyai sasaran konsumen yang luas.