

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan dan uraian pada bab-bab sebelumnya sampai pada akhir pembahasan mengenai pembuatan video iklan Capture Photography, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pembuatan video iklan "Capture Photography" ini melewati tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi hingga pasca produksi.
2. Dari hasil presentasi uji masyarakat umum dapat dilihat hasil perhitungan total presentase yaitu 81,12 %. Setelah dilihat dari interval dan hasil presentase maka ini menunjukkan bahwa media promosi "Capture Photography Jogja" dinilai sudah sangat baik.
3. Pembuatan video iklan ini mampu memenuhi 12 prinsip dasar animasi yakni, *Squash & Stretch*, *Anticipation*, *Staging*, *Straight Ahead* dan *Pose to Pose*, *Follow Through* dan *Overlapping Action*, *Timing*, *Exaggeration*, *Slow In - Slow Out*, *Arcs*, *Secondary Action*, *Solid Drawing* dan *Appeal*.

## 5.2 Saran

Pada pembuatan video iklan ini tentu masih mempunyai banyak kekurangan yang perlu disempurnakan lagi. Oleh karena itu, beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Video iklan "Capture Photography" ini dapat dikembangkan dengan konsep cerita yang lain dan lebih menarik agar menghasilkan opsi iklan yang bervariasi.
2. Memperbanyak referensi dan latihan menggunakan teknik baru agar hasil yang dihasilkan tidak monoton dan ketinggalan zaman.
3. Mempersiapkan konsep secara matang dan berdiskusi dengan orang yang tepat agar tidak ganti konsep saat mulai mengerjakan sehingga waktu tidak terbuang percuma untuk merevisi konsep.
4. Minimalisir penggunaan jenis *font* yang terlalu banyak, minimal 3 jenis *font* utama yang digunakan dalam sebuah video.
5. Pemilihan warna lebih ditingkatkan lagi agar tidak saling bertabrakan.