

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembuatan, kesimpulan yang dapat diambil dari Perancangan dan Pembuatan Iklan Animasi Dengan Teknik Hyperlapse dan Motion Grafik Pada Hupp Coffe Shop yaitu :

Hasil dari pembuatan iklan animasi hyperlapse ini memudahkan publikasi informasi dari Hupp Coffe Shop, Iklan animasi pada Hupp Coffe Shop lebih tervisualisasi yang sebelumnya masih melalui sosial media seperti twitter dan instagram. Iklan animasi hyperlapse ini merupakan penyampaian informasi mengenai minuman coffe khasnya dan suasana yang ada di Hupp Coffe Shop. Pembuatan iklan animasi hyperlapse ini melewati 3 tahapan, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1. Cara Pembuatan video iklan animasi hyperlapse adalah
  - Pra Produksi

Proses Pra Produksi ini meliputi Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara pihak yang terkait, menentukan ide cerita yang mau kita buat, membuat rancangan naskah, membuat

storyboard agar adegan sesuai dengan apa yang kita rancang sebelumnya.

- Produksi

Proses Produksi ini meliputi beberapa tahapan, yang pertama menyiapkan alat untuk pengambilan gambar yang merupakan bahan dasar animasi hyperlapse ini, disini kita menggunakan 2 kamera dslr untuk mendapatkan varian sudut pengambilan gambar atau angle. Kemudian briefing sebelum pengambilan gambar dilakukan agar meminimalisir kesalahan pada saat pengambilan gambar. Kemudian dilanjutkan dengan proses editing, disini saya menggunakan aplikasi adobe premier cc untuk penyusunan footage, After Effect untuk proses pembuatan motion graphic animasi. Efek yang saya gunakan diantaranya scale, position dan motion grafis.

- Pasca Produksi

Proses Pasca Produksi ini meliputi tahap dan remastering, tahap testing atau uji kelayakan disini menggunakan uji kuisioner disini kita mentesting hasil video kita untuk selanjutnya diberikan kepada pihak Hupp Coffe Shop

2. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan animasi hyperlapse dan motion graphic dengan panjang durasi 39 detik, untuk ekstensi video yang saya gunakan adalah H264/ Sering disebut Mp4 agar kapasitas memori sangat minim namun menghasilkan kualitas output yang HD.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan video iklan ini selanjutnya :

- a. Konsep, naskah, storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimpelentasian visual effect dan motion grafis, Pada saat pengambilan gambar, foto disesuaikan dengan momen yang ada seperti halnya suasana, keramaian, ketenangan, dan keasrian.
- b. Agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat pra produksi disiapkan dengan matang saat shooting berlangsung.
- c. Proses pengeditan pada after effect akan lebih baik dibagi dalam beberapa scene guna mempermudah proses pengeditan.
- d. Dalam membuat sebuah hyperlapse dan live shot, konsep yang akan digunakan harus matang agar dalam pembuatannya tidak mengalami kendala.
- e. Saat Proses pengambilan gambar perhatikan setiap step atau langkah tripod sehingga nantinya hasil yang akan di edit tidak ada foto-foto yang gagal dan mengakibatkan penguluran waktu pengerjaan yang semakin lama