

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan iklan promosi tenun ikat ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan televisi harus melalui 3 tahapan yaitu tahap praproduksi, produksi dan tahap pascaproduksi.
 - a. Dalam tahap praproduksi dihasilkan sebuah perencanaan yang telah dijadwalkan dalam pembuatan video, mulai waktu pengambilan, peralatan yang digunakan, teknik pengambilan gambar, pergerakan kamera, serta berbagai kebutuhan penunjang kelancaran proses pengambilan gambar.
 - b. Proses produksi merupakan proses dimana syuting dilakukan, proses syuting dilakukan berdasarkan tahap pra produksi yang telah dibuat. Proses pembuatan iklan ini memakan waktu 2 hari dalam proses pengambilan gambarnya.
 - c. Pada tahap pascaproduksi, setelah proses editing dan rendering selesai dilakukan, maka outputnya berupa hasil akhir video Iklan Tenun Ikat.
2. Pada tahap analisis SWOT yang telah dilakukan, telah menunjukkan letak permasalahan yang dialami oleh pihak Lepo Lorun sebagai Sentra Tenun Ikat di Kabupaten Sikka yang salah satunya yaitu Belum ada visual yang menjelaskan tentang apakah tenun ikat itu, kemudian

dijabarkan strategi mengatasi permasalahan itu yakni Membuat system promosi visual yang mampu mencakup banyak orang dengan beragam latar belakang,misalnya dengan membuat video iklan yang ditayangkan di televisi. Ini layak dilaksanakan dan segera akan diimplementasikan di stasiun TV lokal Jogja,yaitu RBTV.

3. Meskipun demikian,iklan ini memiliki kelebihan dan kekurangan,yaitu:
 - a. Kelebihan : informasi mampu diterima oleh masyarakat luas dari semua kalangan, karena media televisi mempunyai ruang lingkup yang luas. Dengan menampilkan tenun ikat yang tradisional namun elegan,sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk memiliki kain itu.
 - b. Kekurangan : kendala lighting dan ukuran green screen yang kurang memadai,mengakibatkan kualitas gambar menjadi berkurang,sehingga hasil akhir dari video ini kurang maksimal,dan penggunaan efek animasi yang belum maksimal menjadikan iklan ini terlihat kaku dan kurang realistis.tidak adanya penanda (marker)juga menjadi salah satu kekurangan yang membuat proses tracking menjadi kurang maksimal.
4. Berdasarkan Analisis dan perhitungan menggunakan Skala likert yang penulis lakukan tentang potensi iklan ini dalam meningkatkan promosi tenun ikat kabupaten Sikka didapatkan, sebanyak 91,76% responden yang penulis bagikan kuesioner berpendapat bahwa Sistem promosi

yang penulis buat, mempunyai potensi menjadi media promosi yang baik untuk prospek tenun ikat yang lebih baik.

5.2 Saran

Beberapa hal yang masih menjadi kekurangan dalam iklan video ini memang terbilang banyak, hal tersebut perlu dikupas lebih luas lagi. Penulis menemukan beberapa solusi yakni :

1. Dengan durasi iklan 30 detik pada pembuatan iklan tenun ikat ini, iklan yang dihasilkan kurang maksimal, sehingga perlu dilakukan pemilihan kata-kata yang singkat, padat dan jelas
2. Dengan adanya teknologi visual efek yang terus berkembang sehingga memungkinkan banyak dibuatkan solusi animasi visual efek yang lebih baik.
3. Penggunaan marker atau penanda pada green-screen dapat membantu proses tracking, sehingga dapat menghasilkan pergerakan yang lebih dinamis.
4. Penggunaan screen yang lebar dan luas, sangat membantu dalam proses chroma key.