



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam pembuatan video dengan menggunakan teknik stop motion untuk keperluan advertising produk *fashion*, penulis menemukan kelebihan pada hasil video yang telah dibuat. Kelebihan tersebut meliputi keunikan pada hasil visual yang terdapat pada transisi setiap busana dan besar data yang menunjang untuk menjadi media advertising di internet.

Penulis mendasari pembuatan video *stop motion* dengan observasi terhadap perusahaan *Elhaus*. Berdasarkan hasil observasi tersebut penulis membuat rancangan visual untuk video *stop motion* untuk kebutuhan *advertising* di internet. Kesimpulan yang didapat dalam hasil observasi tersebut, sebagai berikut :

1. Perusahaan *Elhaus* merupakan lokal *brand* di Indonesia yang mengutamakan produknya pada jenis jeans dan kemeja.
2. Target konsumen dari perusahaan *Elhaus* berkisar pada usia produktif dengan kelas ekonomi menengah keatas.
3. Sistem *advertising* perusahaan *Elhaus* mengutamakan pada bidang *E-commerce*.
4. Gaya gambar yang sesuai dengan target konsumen, adalah gaya *Urban art*.

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, penulis mendapatkan gambaran secara keseluruhan mengenai teknik pembuatan video *stop motion*, yang kemudian dijadikan rancangan konsep visual dalam bentuk sketsa dan referensi gambar dari internet. Dari hasil observasi dan rancangan visual, penulis mendapatkan gambaran hasil akhir video yang ingin dicapai, yang kemudian dituangkan pada proses pembuatan video *stop motion*.

Tahapan-tahapan yang dilakukan penulis berdasarkan metode dasar yang biasa digunakan dalam membuat sebuah media *advertising*. Tahapan tersebut membuktikan bahwa dalam membuat sebuah media *advertising*, seseorang perlu mengetahui strategi *advertising* yang akan dipakai, agar produk yang dipasarkan tepat pada sasaran konsumen dari produk tersebut. Hal ini sesuai dengan prinsip dasar sebuah pemasaran, dimana konsumen dapat merasa membutuhkan produk tersebut untuk menunjang kualitas hidupnya.

5.2 Saran

Penulis menyarankan kepada para desainer yang bergerak di bidang *advertising* desain untuk lebih melihat peluang yang ada. Banyaknya media *advertising* berpotensi baik, yang tidak memerlukan biaya produksi yang besar, kurang dimaksimalkan dengan baik. Dengan ditunjang kreatifitas dan keberanian, kita dapat menemukan peluang tersebut dan menciptakan sebuah metode baru yang lebih bermanfaat untuk sarana *advertising*.