

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Proses produksi iklan kopi kenangan hanya untukmu versi televisi dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

##### A. Pra-produksi

Tahap pertama ialah tahap pra-produksi, tahap ini dimulai dengan adanya permintaan iklan dari pihak Kopi Kenangan ke agensi, yang kemudian agensi mencarikan rumah produksi, yang pada akhirnya PT. Goodnews terpilih untuk memproduksi iklan Kopi Kenangan Hanya Untukmu. Setelah PT. Goodnews terpilih sebagai rumah produksi yang memproduksi iklan Kopi Kenangan Hanya Untukmu, pihak PT. Goodnews memberikan daftar showreel *director* mereka yang sekiranya sesuai dengan permintaan brand. Setelah itu, pihak PT. Goodnews lebih tepatnya Executive producer melakukan perhitungan estimasi biaya produksi, perhitungan dilakukan berdasarkan estimasi biaya yang telah dibuat oleh pihak agensi & brand. Bersamaan dengan pemberian estimasi biaya, pihak agensi juga memberikan story board yang telah dibuat yang kemudian dikembangkan oleh *director's*, yang dimana hasil dari story board yang dikembangkan oleh *director's* itu disebut dengan *director board* dan akan digunakan sebagai acuan pembuatan produksi.

##### B. Produksi

Setelah semua yang dilakukan di tahap pra-produksi selesai dan telah disetujui, dilanjutkan ke tahap yang kedua, yaitu tahap produksi. Waktu yang dibutuhkan dari tahapan perencanaan sampai dengan ke tahap produksi bisa menghabiskan waktu 1 sampai dengan 2 bulan. Produksi iklan kopi kenangan dimulai dari pengambilan gambar pertama kali saat dilakukan pemeriksaan lokasi untuk memastikan kesesuaian dengan story board. Pada saat ini dilakukan pengujian sudut pandang kamera. Kemudian hasil dari cek lokasi dibahas di pertemuan selanjutnya untuk

dibahas hasil dari pemeriksaan lokasi yang akan digunakan untuk shooting. Setelah hasil dari pemeriksaan lokasi disetujui oleh agensi dan brand, barulah dimulai shooting yang telah direncanakan. Pihak PT. Goodnews memberikan sheet jadwal kepada agensi. Shooting iklan Kopi kenangan Hanya Untukmu dilakukan selama 2 hari.

### C. Produksi

Tahapan terakhir ialah tahap pasca-produksi. Pada tahap pasca produksi ini video dan audio yang diambil saat proses produksi dilakukan editing. Ada dua proses editing yang dilakukan pada tahap pasca produksi, yang pertama editing offline. Pada editing offline pihak PT. Goodnews melakukan editing pada gambar yang diambil, diawali dengan disusun *frame by frame* disesuaikan dengan director's board, setelah tersusun menjadi satu kesatuan yang utuh dilakukan editing visual seperti penambahan warna, dan pembuatan animasi. Setelah selesai hasil dari penggabungan gambar-gambar tadi menjadi video, dilakukan editing offline yang dimana pada tahap ini dilakukan editing suara, pembuatan musik & *voice over*. Setelah itu dilanjutkan ke *final mixing* yaitu menyatukan antara video dan suara. Setelah semua editing selesai, video iklan dikirimkan ke agensi untuk mendapatkan persetujuan. Proses mendapatkan persetujuan biasanya memakan waktu sekitar 1 hingga 2 minggu. Setelah iklan disetujui dan selesai tanpa revisi, dilakukan penggandaan sesuai dengan kebutuhan pihak brand.

### 5.2. Saran

1. Mengingat waktu yang dibutuhkan dari tahap perencanaan hingga produksi bisa mencapai 1-2 bulan, disarankan untuk mempertimbangkan pengelolaan waktu yang lebih efisien. Misalnya, dengan melakukan evaluasi terhadap proses-proses yang membutuhkan waktu terlalu lama dan mencari cara untuk mempercepatnya tanpa mengorbankan kualitas.
2. Dalam tahap pasca-produksi, ada baiknya untuk melakukan optimalisasi pada proses *editing*. Misalnya, dengan mempercepat proses editing *offline* dan *final mixing* tanpa mengorbankan kualitas hasil akhir.

3. Untuk meminimalkan potensi revisi dan mempercepat proses persetujuan, penting untuk meningkatkan komunikasi antara pihak agensi, *brand*, dan rumah produksi. Hal ini akan membantu memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai visi dan tujuan iklan.
4. Setelah iklan selesai diproduksi, penting untuk melakukan evaluasi terhadap hasil produksi secara keseluruhan. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi potensi perbaikan untuk produksi iklan di masa mendatang.