

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan Video Iklan Media Sosial Klinik Utama Kalitanjung Cirebon, dapat disimpulkan bahwa :

Video Iklan Media Sosial Klinik Utama Kalitanjung Cirebon telah berhasil dirancang dan dibuat dengan memproduksi video dari tahap pra produksi yang meliputi pengumpulan data berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, analisis data dan storyboard, kemudian tahap produksi yang meliputi pengambilan gambar dan tahap pasca produksi editing hingga rendering. maka penulis dapat mengambil kesimpulan, antara lain sebagai berikut :

- a. Proses dalam pembuatan video ini melalui beberapa tahapan diantaranya adalah pengumpulan data, menganalisa permasalahan dari data tersebut, menentukan target produksi, melakukan proses produksi, dan melakukan evaluasi.
- b. Terdapat dua informasi dalam pengerjaan video iklan ini, yaitu memberitahukan fasilitas dan pelayanan yang ada di klinik.
- c. Untuk mendapatkan informasi yang valid dan juga bagaimana kita akan merancang konsep video iklan diperlukan pengumpulan data, wawancara terhadap yang bersangkutan khususnya yang pengurus Klinik Utama Kalitanjung Cirebon.
- d. Agar video ini dapat dinikmati oleh masyarakat umum video harus ditayangkan melalui Instagram dengan persetujuan Klinik.
- e. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 59 detik.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dengan proses pembuatan video iklan ini yang masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu ada beberapa saran yang dapat diambil untuk mengembangkan pembuatan video iklan kedepannya yaitu :

- a. Untuk menghasilkan video yang baik sangat disarankan pada proses pra produksi dipersiapkan dengan matang sehingga proses produksi dan pasca produksi berjalan dengan baik.
- b. Keterampilan dalam proses editing dan penguasaan software sangat menentukan kualitas video yang dihasilkan.
- c. Video akan lebih menarik jika ditambahkan motion graphic dan voice over.

