

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan dan uraian pada bab-bab sebelumnya sampai pada akhir pembahasan mengenai pembuatan video promosi ini, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan saran.

1. Tujuan pembuatan video promosi Haniki Crispy Banana ini untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas.
2. Untuk membuat video promosi ini peneliti menggunakan beberapa yaitu: metode pra produksi, produksi, dan pasca produksi dalam pembuatan video promosi yang menghasilkan ide cerita, storyboard, pengambilan gambar, editing dan rendering dan teknik yang digunakan.
3. Ketika melakukan produksi dari perancangan yang telah dibuat, tidak lepas dari kemungkinan adanya penambahan di luar perancangan seperti pada penambahan ide cerita dan pengambilan gambar.
4. Pada tahapan akhir, hasil akhir yang didapat berupa file video dalam format H.264 dengan ekstensi file dalam bentuk (*.mp4). Dan berukuran 1920 x 1080 dengan durasi 58 detik.
5. Video promosi ini diimplementasikan dengan mengupload ke media sosial Youtube.

5.2 Saran

Pembuatan video iklan pada Haniki Crispy Banana masih memiliki beberapa kekurangan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video iklan adalah :

1. Membuat konsep dan ide cerita yang matang dan sinkron antara frame satu dengan yang lain, sehingga informasi yang ada pada perusahaan dapat tersampaikan dengan jelas dan menarik.
2. Konsep, naskah, dan storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan.
3. Dalam proses perekaman narasi, suara narator dan backsound video dapat dibuat lebih nyaman didengar.