

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pembuatan video iklan Kedai Duadua melalui beberapa tahapan diantaranya adalah mengumpulkan data, menganalisa permasalahan dari data yang ada, proses pra produksi (menentukan ide, konsep, pembuatan naskah video dan storyboard), proses produksi (pengambilan video), proses Pasca Produksi (Importing video, Editing, Rendering), dan melakukan evaluasi terhadap hasil akhir video.
2. Berdasarkan hasil uji kuisioner yang telah dilakukan oleh dua kategori responden yaitu dari pihak masyarakat umum memperoleh persentase (84,96%) dengan kriteria sangat baik, dan dari pihak ahli multimedia memperoleh persentase (79%) dengan kriteria baik.
3. Hasil akhir dari pembuatan video iklan kedai duadua dengan Teknik liveshoot ini memberikan informasi tentang Kedai Duadua. video iklan ini berdurasi 40 detik kemudian di publikasikan pada akun Instagram Kedai Duadua dan video dipromosikan melalui Instagram Ads.
4. Dari hasil implementasi di media sosial Instagram, iklan Kedai Duadua memperoleh hasil statistik dengan mendapatkan jumlah penayangan sebanyak 345 tayangan.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu peneliti berharap agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih baik dari segi metode penelitian maupun produk hasil akhirnya. Adapun saran yang akan peneliti berikan sebagai berikut :

1. Lebih meningkatkan kreativitas dalam segi konsep video.
2. Menggunakan peralatan produksi video yang lebih mutakhir, terutama peralatan untuk pengambilan video.
3. Meminimalisir biaya yang dikeluarkan, baik untuk produksi maupun penelitian.
4. Lebih ditata dalam penggunaan Bahasa yang baik dan benar pada penulisan skripsi.