

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Untuk membuat video promosi ini penulis mengawali dengan tahap pengumpulan data, pembuatan *storyboard*. Setelah itu berlanjut ke tahap produksi yaitu meliputi *shooting* video, memilih *backsound music*, dan yang terakhir adalah tahap pasca produksi yang meliputi *compositing*, *editing*, dan *rendering*.
2. Penelitian ini menghasilkan video promosi Pasar Dhoplang yang berdurasi 60 detik.
3. video promosi yang penulis buat akan diunggah pada akun sosial media Instagram Pasar Dhoplang.
4. Dari hasil uji faktor informasi didapatkan bahwa semua faktor informasi dalam video ini telah sesuai dengan kebutuhan, dengan menggunakan perhitungan skala likert memperoleh hasil persentase 43,22%.

5.2 Saran

Kesalahan dan kekurangan tidak lepas dari penelitian ini baik disengaja maupun tidak disengaja. Maka dari itu diperlukan perbaikan dan penambahan komponen. Ada beberapa saran yang diberikan penulis, antara lain :

1. Diharapkan untuk pembuatan video promosi dapat mengembangkan dengan penambahan grafis 2D/3D.
2. Diharapkan untuk mempersiapkan alat dan bahan dalam pembuatan video promosi.
3. Diharapkan untuk lebih mengembangkan dalam pembuatan ide, naskah dan storyboard yang lebih kreatif. Sehingga dapat menghasilkan video promosi yang menarik.
4. Diharapkan untuk dapat menambahkan audio narasi agar informasi yang terdapat pada video promosi tersampaikan secara lebih jelas.

