

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti berdasarkan tahap-tahap yang telah dilakukan, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan dan pembuatan video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* sebagai media promosi Melipir Coffee & Space melalui 3 tahap, yaitu tahap pra produksi dimana peneliti melakukan analisa tertulis meliputi naskah dan pembuatan *storyboard*. Kemudian tahap produksi dimulai dengan *shooting* video untuk memenuhi kebutuhan *footage* sesuai dengan *storyboard* yang dibuat. Tahap terakhir yaitu pasca produksi yang meliputi *offline editing* dan *online editing*.
2. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 5 menit.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan kepada 30 responden yang telah mengisi kuesioner, video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* sebagai media promosi Melipir Coffee & Space, didapatkan nilai sebesar 70,93% atau Setuju.

Melihat dari ketiga point diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa cara yang digunakan pada pembuat video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* sebagai media promosi Melipir Coffee & Space pada penelitian ini berhasil dilakukan. Dengan merujuk pada hasil pengujian yang dilakukan kepada 30 responden didapatkan nilai sebesar 70,93% atau Setuju.

5.2 Saran

Penelitian pembuatan video iklan menggunakan teknik motion graphic dan live shoot sebagai media promosi Melipir Coffee & Space ini tentunya masih memiliki beberapa kekurangan yang dapat disempurnakan dan dikembangkan lagi pada penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis memiliki saran, yaitu:

1. Dengan berkembangnya teknologi multimedia, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengimplementasikan teknik penganimasian dan editing visual yang lebih baik.
2. Melihat potensi pengembangan media sosial sebagai media promosi, pembuatan video iklan sebagai media promosi dapat mempertimbangkan *platform* yang akan digunakan, sehingga video iklan dapat disesuaikan dan maksimal dalam penggunaan *platform* tersebut.
3. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, perlu sebuah konsep yang matang sehingga saat proses produksi dan pasca produksi dapat dilakukan dengan lebih akurat dan menghasilkan video sesuai dengan konsep yang dibuat.
4. Penjadwalan yang dibuat harus dijalankan secara baik dan disiplin sehingga proses pembuatan video sesuai dengan *timeline*.

5. Pada masa pandemi covid 19 perlu memperhatikan protokol kesehatan pada saat produksi video iklan, sehingga tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

