

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan, maka diperoleh kesimpulan umum dari “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan sebagai Media Promosi pada “Limasan Kopi” adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan dari pembuatan video iklan sebagai media promosi pada Limasan Kopi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* ini adalah untuk memasarkan dan mengenalkan produk dari Limasan Kopi serta untuk meningkatkan citra Limasan Kopi
- 2) Proses pembuatan video melalui tiga tahap yaitu tahap pasca produksi, produksi dan pasca produksi, namun pada saat tahap produksi tidak lepas dari kemungkinan adanya penambahan diluar dari proses pasca produksi
- 3) Pembuatan video iklan sebagai media promosi ini memuat informasi tentang produk-produk pada Limasan Kopi.
- 4) Video yang dihasilkan bedurasi 1.01 menit yang didistribusikan dengan cara mengupload pada akun sosial media *instagram* milik Limasan Kopi.

5.2 Saran

Pada perancangan dan pembuatan video iklan sebagai media promosi pada limasan kopi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu penulis memberikan beberapa saran agar dapat menghasilkan video yang lebih baik, yaitu:

- 1) Untuk menghasilkan video iklan yang baik disarankan menggunakan alat yang memiliki spesifikasi yang memadai, agar video yang dihasilkan dapat memiliki kualitas yang baik.
- 2) Pencahayaan serta proses *colour grading* adalah hal utama untuk menghasilkan video yang menarik untuk ditonton.
- 3) Video yang dibuat harus memiliki informasi yang lengkap sehingga memudahkan dalam penyampaian informasi melalui video.