

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan langkah-langkah yang telah dilakukan dalam proses produksi Video Iklan Raficom Rental Kamera Jogja, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan ini melalui 3 tahapan yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi, Video ini terdapat teknik Live Shoot dan B-Roll. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi +/- 1 menit.
2. Hasil implementasi di sosial media instagram, video ini telah ditonton oleh 140 tayangan dan mendapatkan impresi sebanyak 300 dibandingkan dengan postingan gambar dan video gif yang masing masing menunjukkan angka impresi sebesar 248 untuk postingan gambar dan 256 untuk video gif.
3. Hasil survey menunjukan pelanggan mengetahui Raficom melalui media sosial instagram dan konten yang menarik dari Raficom menyebutkan video iklan.

## 5.2 Saran

Video Iklan tersebut masih memiliki kekurangan dan dapat dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu penulis mengemukakan beberapa saran untuk perkembangan media yaitu:

1. Video iklan ini dapat dikembangkan lagi dengan menambahkan animasi 3D.
2. Untuk ke depannya lebih dikembangkan dalam penambahan animasi dan ilustrasi visual.
3. Untuk ke depannya saat membuat video iklan lainya dapat ditambahkan seperti pelayanan dan jasa lainnya.

Demikian saran dari penulis yang dirasa perlu agar Video Iklan ini bisa lebih berkembang. Kedepannya, penulis berharap dapat memberikan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan media ini.