

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan serta evaluasi yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, penulis mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Berdasarkan hasil pengujian kuesioner yang diberikan kepada masyarakat umum pada video iklan Puff Shoes Clean Yogyakarta, mendapat perolehan persentase sebesar 88,33%.
2. Hasil akhir dari pembuatan video iklan Puff Shoes Clean Yogyakarta dengan teknik live shoot dan motion graphic memberikan informasi pelayanan yang dimiliki oleh Puff Shoes Clean Yogyakarta. Video iklan berdurasi satu menit diunggah ke dalam sosial media Instagram dengan memperoleh hasil penayangan yaitu 401 tayangan, dan 42 suka.
3. Penulis juga menggunakan fitur Instagram ads untuk mengiklankan videonya di media sosial Instagram, untuk hasilnya sendiri mendapatkan Interaksi ketukan promosi sebanyak 12 kali, mendapatkan 1.444 orang yang dijangkau dengan 85% dari promosi, promosi ini diberlakukan selama 4 hari, dan juga menjangkau masyarakat yang terdiri dari 43,6% perempuan beserta 56% laki – laki.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis berharap naskah ini dapat dikembangkan untuk kedepannya dengan lebih

baik lagi dalam segala aspeknya. Adapun terdapat beberapa saran yang harus diperhatikan dalam pembuatan video iklan ini, sebagai berikut :

1. Peningkatan kualitas hasil video dengan penggunaan peralatan produksi yang lebih mumpuni.
2. Mengembangkan referensi terhadap motion graphic selain 2D motion graphic, seperti misalnya 3D ataupun 4D motion graphic.
3. Mengembangkan peletakan pencahayaan pada saat dalam proses pengambilan gambar video iklan, perihal ini agar mendapat kualitas cahaya yang lebih seimbang, dan lebih sempurna.
4. Memperhatikan penggunaan kata – kata beserta tata bahasa yang lebih baik dalam penyusunan naskah skripsi.

