

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, pembuatan iklan pada Minuman menggunakan teknik *Live Shoot Broll* dan *Motion Graphic* maka penulis dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pembuatan iklan di *Instagram* ini untuk memberikan informasi tentang produk Minuman dengan iklan yang unik dan belum pernah di produksi oleh pihak Kedai Kisah Kasih sendiri.
- b. Pembuatan iklan pada Minuman menggunakan Teknik *Live Shoot Broll* dan *Motion Graphic* ini dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.
- c. Dari hasil pengujian dengan jumlah responden 110 orang yang mengisi kuisisioner yang saya bagikan, hasil perhitungan skala *likert* dengan persentase 89 %, yang berarti video iklan minuman Kedai Kisah Kasih s]sangat Baik.
- d. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 45 detik.
- e. Video yang dihasilkan telah ditayangkan di *Instagram* Kedai Kisah Kasih.
- f. *Owner* atau pemilik pun ikut merasa puas akan hasil dari video iklan yang telah dibuat ini.

5.1 Saran

Setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam pembuatan iklan pada Minuman maupun laporan yang telah dibuat ini masih banyak terdapat kekurangan yang sudah selayaknya dapat menjadi bahan pertimbangan oleh pengembang selanjutnya sehingga menjadi lebih baik. Beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai masukan sebagai berikut :

- a. Untuk pengambilan objek produk seharusnya bisa lebih baik lagi agar menghasilkan kualitas gambar/video yang lebih berkualitas.
- b. Pada video sebaiknya membangun narasi yang lebih imajinatif agar penonton merasakan sensasi yang berbeda dari biasanya.
- c. Memperbanyak referensi dan Teknik dalam pembuatan video promosi menggunakan *Live Shoot Broll* dan *Motion Graphic* serta Teknik pengambilan video sesuai dengan kebutuhan.
- d. Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk proses shooting sesuai dengan kebutuhan.