

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembuatan video iklan Tenda Gurih dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan Video Iklan Tenda Gurih sebagai media promosi yang menerapkan teknik *live shoot* dan *color grading*. Video iklan ini yang dibuat ini telah berhasil diselesaikan sampai proses tahapan akhir dengan mempublikasikan video iklan ke sosial media dan menggunakan kuesioner untuk menentukan penerapan *color grading* pada video tersebut.
2. Berdasarkan hasil dari pengujian beriklan di sosial media membuktikan kalau beriklan di sosial media ini sangat berpengaruh pada interaksi para penonton video iklan, dengan cara membagikan video dan berkomentar di dalam video tersebut.
3. Berdasarkan hasil pengujian oleh para ahli dengan pengujian *alpha*, hasil indikator yang didapatkan sebesar 77% dengan interval indeks yang mencapai kategori Setuju/Sesuai dan disimpulkan penerapan *color grading* pada video iklan Tenda Gurih Sudah sesuai oleh para ahli
4. Berdasarkan hasil analisis pengujian beta kepada responden yang jurusan multimedia atau yang memiliki profesi sebagai video editor dinyatakan bahwa penerapan *color grading* pada video iklan Tenda Gurih berpengaruh pada pasca produksi. Hal ini menunjukkan penilaian dari para responden rata-rata menyatakan setuju dengan persentase di 81,7%.

5.2 Saran

Dalam pembuatan video iklan Tenda Gurih ini tentunya memiliki banyak kekurangan yang dapat diperbaiki. Oleh karena itu saran yang diberikan oleh penulis yaitu:

1. Pengolahan pada *color grading* harus lebih ditingkatkan dengan cara melihat banyak *refrensi* warna yang dapat membuat para penonton puas saat menontonnya.
2. Transisi dalam penyusunan video harus lebih *smooth* untuk beberapa *scene* pada video iklan.