

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, pembuatan media promosi *Phuket Thai Resto* menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Cinematic* melewati beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan Pengumpulan Data, menggunakan Metode Wawancara dengan owner *Phuket Thai Resto*, Metode Observasi, dan Metode Studi Pustaka.
2. Tahapan Analisis menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dari media konvensional yang lama berupa teks & suara saja.
3. Tahap pembuatan, video promosi *Phuket Thai Resto* dibuat dengan Teknik *Live Shoot* dan *Cinematic* melalui 3 tahap, yaitu Pre-Produksi, Produksi, dan Pos Produksi.
4. Tahap Evaluasi, pada tahap ini penulis mengevaluasi hasil dari Video Promosi yang telah dibuat berdasarkan hasil survey dari kuisisioner yang telah diisi oleh para peserta kuisisioner. Dari hasil survey yang didapatkan, penilaian tentang video *Phuket Thai Resto* tersebut mendapatkan persentase 83% yang artinya masuk dalam kategori "Sangat Baik"
5. Media Placement, dari hasil penayangan *Instagram Reels Ads* dalam 24 jam tersebut memperoleh statistik kurang lebih 4043 penayangan dari 3714 akun yang tertargetkan oleh iklan, 14 likes, 1 komentar, dan 4 kali sharing kepada yang lainnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang diberikan oleh penulis berupa hal-hal yang harus diperhatikan kedepannya untuk membuat video promosi yang serupa, antara lain

1. Membuat visual efek menggunakan Adobe After Effects
2. Membuat Transisi yang lebih menarik
3. Membuat Text Animation agar lebih menarik
4. Membuat Banner info pada Video
5. Koreksi Color Grading agar suasana lebih hidup
6. Menambah dubbing suara untuk menyampaikan informasi:

