

BAB V

PENUTUP

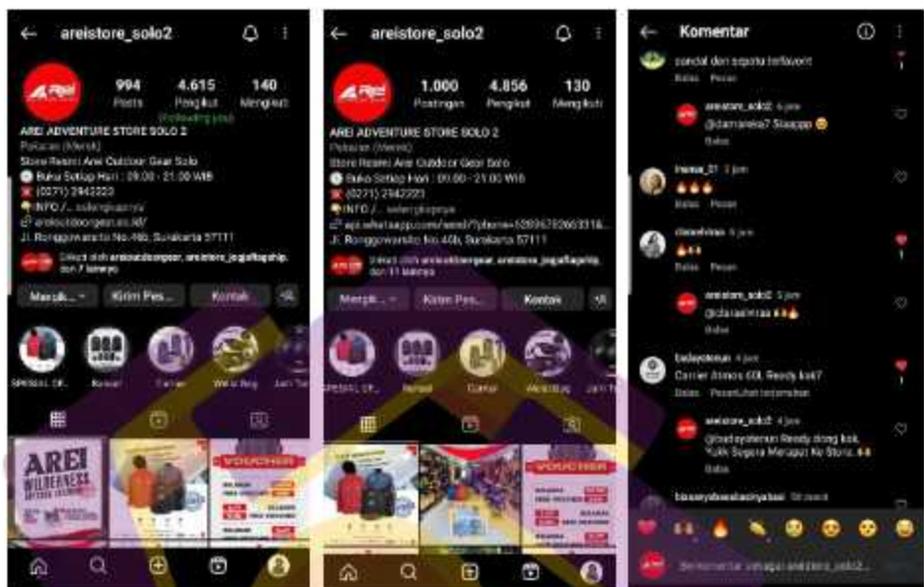
5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan dapat di ambil kesimpulan mengenai Pembuatan video iklan sebagai media promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* pada Arei Store Solo Menghasilkan produk video iklan yang berdurasi 1 menit dan video ini kemudian di tujukan kepada kepala toko Arei Store Solo sebagai bagian dari uji

$$p = \frac{f}{n} \times 100\%$$

kelanyakan dan juga telah di lakukan testing responden dengan metode kuisioner dari 107 responden dengan hasil perhitungan menggunakan rumus yang menghasikan 79,68 yang artinya baik.

2. Dari hasil penelitian ini, durasi keseluruhan dari Video Iklan Arei Store Solo yaitu 1 Menit (60 detik).
3. video promosi ini di upload ke media sosial instagram Arei Store Solo oleh Kepala toko Arei dengan hasil yang sangat baik, yang di tinjau dari naiknya followers dari jumlah 4.615 naik menjadi 4.856 dan di tonton Video Reels 45.600 Tayangan, Video Iklan 11.033 Tayangan dengan jumlah like 432.



Gambar 5. 1 Hasil

Pada penjabaran kesimpulan tersebut dapat disimpulkan bahwa video iklan tersebut telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh Pihak Arei Store Solo dengan Peneliti dalam membantu memaksimalkan peran gambar dalam pembuatan video iklan yang informatif kepada public tentang berbagai macam produk di Arei Store Solo Jawa Tengah.

5.2 Saran

Berkaitan dengan proses Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Dengan menggunakan teknik *live shoot* pada Arei Store Solo. Yang masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahannya. Untuk itu penulis mendapatkan saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pembaca perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pembuatan video sebagai media iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* pada Arei store solo.

2. Bagi peneliti selanjutnya bisa meminta kumpulan video dokumentasi kegiatan yang ada pada Objek sehingga bisa menambah footage pendukung video iklan.
3. Perbanyak referensi contoh video yang ingin dibuat dan minta pendapat Kepala toko atau Objek penelitian dan buat sesuai yang di inginkan pihak objek penelitian.
4. Audio narasi yang dihasilkan video iklan masih kurang jernih, dikarenakan perangkat audio yang digunakan masih kurang.

Demikian kesimpulan dan saran dari penulis yang dirasa perlu agar video iklan bisa lebih dikembangkan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis untuk kesempurnaan penelitian ini.

