

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap – tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan Bowl-Ling Fruit Bar, dapat disimpulkan bahwa :

1. Bahwa telah dibuat media promosi Bowl-Ling Fruit Bar dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu pra produksi meliputi (konsep, pembuatan naskah, dan *storyboard*), produksi (pengambilan *Footage Video*, *Design Animasi*) dan pasca produksi meliputi (*Compositing*, *Editing*, dan *Rendering*).
2. Video iklan Bowl-Ling Fruit Bar yang berdurasi 1 menit sudah diterima oleh pihak Bowl-Ling Fruit Bar dan disetujui jika ada revisi video yang sudah diserahkan tersebut akan diganti dengan yang baru dan baru akan di *Upload* oleh pihak Bowl-Ling Fruit Bar.
3. Melalui hasil kuesioner diperoleh hasil akhir berupa perhitungan kuesioner dengan menggunakan skala *likert* sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Aspek Tampilan

Kesimpulan dilihat dari Aspek Tampilan didapat bahwa rata – rata 86,5% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari Aspek Tampilan.

2. Aspek Informasi

Kesimpulan dilihat dari Aspek Informasi didapat bahwa rata – rata 85% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari Aspek Informasi.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, penulis menyarankan beberapa hal sebagai masukan, yaitu sebagai berikut :

1. Sajian menu yang ditampilkan hanya sebagian saja dan belum dapat menggambarkan objek itu sendiri, diharapkan kedepannya dapat memperbaiki kualitas.
2. Dalam membuat video promosi disarankan menonjolkan ciri khas dan keunggulan dari objek yang diteliti.
3. Dalam proses *Editing* dan *Compositing* disarankan gunakan spesifikasi komputer atau laptop yang sesuai atau yang lebih tinggi dari minimum spesifikasi yang dibutuhkan dalam menjalankan aplikasi berat yang digunakan dalam pembuatan video iklan untuk menghindari *Lagging* atau *Not Responding*.