

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan pada tahapan uraian dan analisa yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka analisis dan perancangan video promosi sebagai branding dan presentasi Kedai Ningratan Kopi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada proses pembuatan video promosi ini melalui beberapa tahapan seperti pengumpulan data menggunakan analisis masalah, metode observasi dan wawancara terhadap objek perusahaan, metode studi pustaka, dan metode testing kemudian melakukan tahapan implementasi, dan perancangan yang terdiri dari pra produksi, produksi pasca produksi, dan evaluasi.
2. Pada proses evaluasi dengan menggunakan *alpha testing* dan *beta testing* didapatkan bahwa tiap poin dan kebutuhan fungsional sudah terpenuhi dalam gambar yang ditampilkan. Dari hasil kuisioner faktor informasi dan aspek multimedia terhadap video promosi Kedai Ningratan Kopi didapatkan penilaian dengan rata-rata nilai presentase kelayakan sebesar 93% atau dikategorikan sangat baik.

5.2 Saran

Implementasi Teknik Motion Tracking Pada pembuatan Video Iklan Ningratan kopi ini tentunya tidak lepas dari kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Maka dari itu penulis berharap video ini dikembangkan lagi pada penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik. Adapun saran yang ingin disampaikan Sebagai Berikut

1. Mengembangkan konsep, ide cerita, dan storyboard agar tujuan awal pembuatan video dapat disampaikan dengan lebih baik.

2. Pemilihan kamera, lensa kamera, dan alat pendukung lainnya pada tahap produksi harus diperhatikan dan dipersiapkan sesuai dengan kebutuhan produksi.
3. Teknik pengambilan gambar harus lebih baik dan lebih rapi agar gambar yang disajikan lebih baik dan jelas.
4. Mempelajari dan memahami ilmu multimedia agar video yang dihasilkan lebih menarik.

