

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode perancangan pembuatan video iklan pada Ranz Store ini adalah:
 - a. Pra produksi (naskah dan storyboard).
 - b. Produksi (pembuatan aset dan perekaman narasi).
 - c. Pasca produksi (shooting video, animation, editing, rendering).
2. Dari hasil uji kebutuhan informasi dengan hasil akhir didapatkan semua poin kebutuhan informasi sudah terpenuhi.
3. Teknik *live shoot* dan *motion graphic* dapat diimplementasikan pada pembuatan video promosi untuk membantu proses marketing oleh Ranz Store.
4. Dari hasil faktor informasi dari masyarakat dengan hasil perhitungan **84,39% (sangat baik)**.
5. Dari hasil implementasi di media sosial Instagram Reels, video ini secara teknis dapat dijalankan pada media tersebut tanpa ada permasalahan.
6. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 60 detik.

5.2 Saran

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis berharap agar kedepannya video ini dapat dikembangkan baik dari segi metode penelitian maupun produknya. Adapun saran yang akan saya berikan sebagai berikut:

1. Untuk kedepannya lebih dikembangkan dalam penambahan liveshoot seperti proses pembayaran yang dilakukan di store dan pengemasan barang saat sudah dibeli oleh talent.
2. Diharapkan video ini dapat dibuat dengan lebih ringkas dan padat.

Demikian saran dari penulis yang dirasa perlu agar video iklan pada Ranz Store dengan teknik live shoot dan motion graphic ini bisa lebih berkembang. Untuk selanjutnya penulis berharap kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk hasil yang lebih maksimal.