

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembuatan yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan untuk Perancangan Video Iklan Ngelak Lur Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic:

1. Durasi video iklan live shoot dan motion graphic adalah 1 menit, yang dipublikasikan oleh pemilik Ngelak Lur, dan telah di iklankan oleh penulis di *Instagram Ads* selama 2 hari.
2. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dilakukan oleh masyarakat umum, penilaian motion graphic ini mendapatkan nilai **97.1%**. dengan kategori sangat valid dan sangat baik sehingga video iklan motion graphic Ngelak Lur layak ditayangkan.
3. Dari hasil iklan yang ditayangkan di *Instagram Ads* mendapatkan total penayangan 1.092 dan audiens yang didapatkan selama masa penayangan adalah 70% audiens perempuan, dan 29,9% audiens laki-laki. Rata-rata audiens terbanyak ada di rentang usia 25-34 tahun.

5.2 Saran

Penulis naskah skripsi ini tentu masih memiliki kekurangan, setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini, beberapa saran yang ingin penyusun sampaikan sebagai masukan untuk pengembangan media berikutnya sebagai berikut:

1. Meningkatkan lagi dalam pengambilan gambar dan color grading agar video lebih maksimal.
2. Perancangan konsep yang mana sangat diperlukan guna mempermudah saat proses produksi video.
3. Penambahan kuesioner dengan cara penilaian hasil video yang tanpa suara dan dengan suara.
4. Proses dalam pengambilan gambar dan saat pasca produksi dengan alat yang memadai, dengan begitu hasil dari video akan menjadi lebih sempurna.