

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan maka dapat diambil kesimpulan mengenai perancangan dan pembuatan iklan pada kata kopi sebagai media promosi menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai berikut:

1. Dengan adanya video *live shoot & motion graphic* yang telah dibuat sebagai media promosi untuk mengenalkan kedai kata kopi yogyakarta kepada masyarakat.
2. Video promosi Kata Kopi memudahkan dalam penyampaian informasi yaitu daftar-daftar menu, lokasi Kata Kopi, dan suasana kedai Kata kopi.
3. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang disebar dan telah di isi oleh 36 orang dengan rincian 24 mahasiswa, 7 orang bekerja, 4 orang lainnya. Didapatkan presentase nilai sebesar 77.4% dan video ini termasuk kategori baik dan layak dipublikasikan, untuk membantu memaksimalkan promosi.
4. Hasil video akan dipublikasikan di akun sosial media resmi Kata Kopi.

5.2 Saran

Berkaitan dengan proses pembuatan video ini yang masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis mendapatkan beberapa saran yang diantaranya berisi:

1. Saat melakukan *dubbing* suara lebih santai dan tidak kaku agar lebih nyaman untuk didengar.

-
2. Ide dan script dibuat lebih menarik dan berbobot sehingga penonton dapat terpikat dan informasi jauh lebih mudah dipahami.

