

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah selesai melakukan penelitian pada objek KopiON by Omah Nayan dengan membuat video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Pembuatan video iklan sebagai media promosi ini melalui 3 tahapan yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Video ini menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dari penelitian ini menghasilkan 1 video iklan sebagai media promosi dengan durasi 00.59 detik.
2. Hasil implementasi di sosial media Instagram, video ini telah ditonton total 10.372 frekuensi diputar keseluruhan dan 8.217 akun yang dijangkau dibandingkan dengan postingan reels yang masing-masing menunjukkan angka impresi sebesar 11.527 untuk postingan reels.
3. Hasil survey dengan menggunakan metode *skala likert* dengan responden dari objek penelitian menunjukkan bahwa pembuatan video iklan sebagai media promosi ini berhasil dengan persentase skor nilai 92,5% yang masuk kedalam kategori sangat baik.
4. Hasil survey dengan menggunakan metode *skala likert* dengan responden dari ahli multimedia menunjukkan bahwa pembuatan video iklan sebagai media promosi ini berhasil dengan persentase skor nilai 91,875% yang masuk kedalam kategori sangat baik.
5. Hasil survey dengan menggunakan metode *skala likert* dengan responden dari masyarakat umum menunjukkan bahwa pembuatan video iklan sebagai media promosi ini berhasil dengan persentase skor nilai 89,125% yang masuk kedalam kategori sangat baik.

5.2. Saran

Pembuatan video iklan ini tentu saja masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan dan penyempurnaan lebih lanjut. Adapun saran agar media pembelajaran ini bisa lebih menarik dan optimal yaitu sebagai berikut :

1. Video iklan ini dapat dikembangkan lagi dengan menambahkan beberapa *scene* fasilitas dan produk di Kopion by Omah Nayan agar semakin banyak yang mengetahui Kopion by Omah Nayan.
2. Dari hasil survey menunjukkan terdapat sebagian responden yang kurang puas dengan penerapan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam video, maka untuk kedepannya lebih dikembangkan lagi penerapan teknik yang digunakan agar video dapat disukai oleh responden dan pesan dalam video dapat tersampaikan.

Demikian saran dari penulis yang dirasa perlu agar video iklan ini bisa lebih berkembang. Kedepannya, penulis berharap dapat memberikan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan media ini.