

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada bab-bab sebelumnya sampai pada akhir pembahasan tentang perancangan dan produksi Video Promosi “Toko Mafia Pisang” Menggunakan Teknik Motion Tracking dan Live Shoot, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. penerapan teknik live shoot dan motion tracking sebagai media promosi pada Toko Mafia Pisang ini berupa sebuah Video Promosi, adapun pembuatan Video Promosi ada beberapa tahap yang pertama mengumpulkan data, pengumpulan data bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di Toko Mafia Pisang, kemudian tahap ke dua adalah pengonsepan yang bertujuan untuk menentukan alur dari Video promosi yang akan di buat, kemudian tahap ketiga perancangan dengan memspezifikasikan gaya, tampilan dan penentuan sudut pengambilan gambar dan menentukan alat apa saja yang dibutuhkan, tahap ke empat adalah pembuatan untuk mengimplementasikan tiga tahapan yang sudah dibuat sebelumnya, tahap selanjutnya adalah testing untuk melakukan uji coba apakah video iklan yang telah dibuat sudah sesuai dengan tujuan awal dan untuk evaluasi jika ada kekurangan pada video iklan tersebut, tahap terakhir adalah publikasi, untuk keseluruhan durasi video promosi ini adalah 1 menit 3 detik..
2. Berdasarkan hasil dari video Promosi yang sudah dibuat menampilkan konten yang sudah sesuai dengan tujuan awal yakni menyajikan informasi mengenai Toko Mafia Pisang dengan dikemas dengan konsep video yang sudah dirancang sebelumnya.
3. Dari hasil kuisisioner yang didapatkan dengan perhitungan skala likert, pada aspek multimedia memperoleh presentase sebesar 86% termasuk kategori “sangat bagus.
4. penjualan sebelum adanya promosi berjumlah 10 sampai 15 pcs setelah

adanya promosi berjumlah 20 sampai 30 pcs, dan pendapatan sehari sebelum adanya promosi sampai dengan Rp.100.000 sampai Rp.150.000 dan setelah adanya promosipendapatan Mafia Pisang mencapai Rp.150.000 sampai Rp.300.000.

4. dari hasil iklan di Instagram ads selama 15 hari Toko Mafia Pisang ada kemajuan seperti sebelum beriklan pengikut Instagram Mafia Pisang berjumlah 45 pengikut kemudian setelah melakukan iklan berjumlah 68 pengikut, kemudian untuk kunjungan profil instgram Mafia Pisang berjumlah 762 pengunjung, dan jumlah pemutaran iklan di Instagram dan facebook berjumlah 426, dan total akun yang dijangkau berjumlah 37.458 akun, yang menunjukkan video promosi ini berperan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat untuk mengetahui toko Mafia Pisang.

5.2 Saran

Pada perancangan dan produksi video promosi "Mafia Pisang" dengan teknik Motion Tracking dan Live Shoot tentunya masih belum sempurna dan masih banyak yang harus dikembangkan, berikut adalah beberapa saran untuk penelitian ini:

1. Penjelasan tentang jenis rasa pisang goreng crispy bisa ditambahkan lebih banyak lagi.
2. Konsep yang dikemas bisa lebih dikembangkan dengan konsep yang lebih menarik.
3. Proses pengambilan gambar diusahakan tidak memakai handphone, karena resolusi yang kurang pas.
4. memaksimalkan proses editing agar lebih menarik agar pelanggan lebih tertarik.
5. Semoga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh peneliti – peneliti selanjutnya untuk dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi sehingga Toko Mafia Pisang bisa lebih banyak dikenal.