

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan maka dapat di ambil kesimpulan mengenai Video Iklan Instagram sebagai media promosi Hydra Shoescare sebagai berikut :

1. Video Iklan instagram ini menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
2. Berdasarkan hasil 10 responden (random audience) tentang Video Video Iklan Instagram Sebagai Media Promosi pada Hydra Shoescare yang diujikan melalui kuesioner diperoleh persentase aspek tampilan sebesar 86.00 % dan presentase aspek informasi 84.40% yang menyatakan bahwa dari kedua aspek video ini termasuk kategori sangat baik.
3. Hasil video di publikasi diakun Instagram dan Facebook Hydra Shoescare.

5.2 Saran

Berkaitan dengan proses pembuatan video ini yang masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu ada beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya yaitu :

1. Saat melakukan dubbing lakukan dubbing dalam sekali waktu yang sama agar tidak terjadi beda suara dan memilih tempat yang tepat untuk meminimalisir gangguan dari luar.
2. Untuk pembuatan video dengan tujuan menyampaikan informasi, pengumpulan data harus berdasarkan sumber yang terpercaya sehingga informasi yang disampaikan valid. Ide cerita harus benarbenar matang dan terpetakan dari awal agar dalam proses pembuatannya tidak mengalami kesulitan.

