

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dilakukan selama proses pembuatan video iklan Ruang Rasa Coffee, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam pembuatan video iklan Ruang Rasa Coffee ini melalui 3 tahap yaitu tahap pra produksi (ide, cerita, penyusunan naskah, pembuatan *storyboard*), tahap produksi (pengambilan gambar, penyusunan audio, perancangan *motion graphic*) dan tahap pasca produksi (*composite, editing, rendering*)
2. Melalui testing maka dapat disimpulkan bahwa gambar yang ditampilkan sesuai dengan poin pada kebutuhan fungsional.
3. Video iklan Ruang Rasa Coffee menggunakan Teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
4. Melalui kuesioner, dapat diambil penilaian bahwa faktor informasi yang telah dihitung menghasilkan nilai rata-rata 89% dengan kategori penilaian sangat baik.
5. Tahapan implementasi melalui penayangan video iklan pada Instagram diperoleh statistic dengan jumlah penayangan kali tayang, dari jumlah pengguna, dengan jumlah like sebanyak like, jumlah komentar sebanyak komentar .

5.2 Saran

Selama proses pembuatan video iklan Ruang Rasa Coffee terdapat beberapa saran yang disampaikan. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan video iklan diantara-Nya :

1. Mematangkan konsep, naskah, dan *storyboard* karena akan digunakan sebagai acuan selama proses produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.
2. Dalam pembuatan *live shoot* video harus lebih diperbaiki pengambilan gambarnya dan Teknik pengambilan gambarnya.
3. Memperbaiki pemilihan warna pada elemen motion graphic untuk menciptakan kesan selaras dengan warna pada video
4. Dalam proses *editing* dan *compositing*, gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kelancaran proses pengerjaan, agar detail setiap *editing* dapat dieksekusi dengan baik.
5. Perbanyak referensi *motion graphic* agar dapat menciptakan yang lebih menarik lagi.