

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap – tahap yang dikerjakan selama proses pembuatan video iklan ini, penulis menyimpulkan bahwa :

1. Untuk Pembuatan video iklan Roemah Gimbo yakni melalui bebera tahapan – tahapan seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi, Serta teknik yang digunakan yaitu *liveshoot* dan *motion graphic*.
2. Dari hasil perhitungan skala likert, aspek tampilan didapatkan hasil rata – rata sebanyak 91,07% dan dari hasil aspek informasi didapatkan hasil rata – rata sebanyak 90,50%.
3. Video iklan telah di evaluasi dan memenuhi aspek teknis kebutuhan fungsional maupun aspek teknis yang digunakan dalam pembuatan video iklan.
4. Video iklan ini berdurasi 60 detik, berukuran 77,4 MB dengan fotmat MP4 dan telah tayang di Instagram.

5.2 Saran

Ada beberapa saran untuk pengembangan bagi peneliti selanjutnya, diantaranya :

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya melakukan pengembangan teknik dan konsepsi video iklan mengikuti perkembangan teknologi terutama dibidang video agar ada perbedaan antara karya tulis lama dan karya tulis yang baru.
2. Gunakan peralatan yang memenuhi standar pembuatan video, berkualitas bagus dan spesifikasi yang mendukung agar pembuatan video dapat dieksekusi dengan baik.
3. Data yang dibutuhkan wajib berdasarkan sumber yang terpercaya agar informasi yang didapatkan atau disampaikan valid.
4. Konsep yang dibuat harus matang agar tidak terjadi kendala saat membuat sebuah video iklan.