

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan The Atrium Hotel And Resort, dapat disimpulkan bahwa :

1. Cara Pengimplementasian video profile sebagai media promosi dari The Atrium Hotel And Resort adalah dengan memproduksi video dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi kemudian setelah proses selesai, video tersebut kemudian dirender, hasil render akhir video di tayangkan di semua media sosial.
2. Hasil rendering video menggunakan format H264 (mp4) 1280 x 720. Format ini digunakan karena sudah sesuai standar untuk format video media elektronik.
3. Aspek Informasi Kesimpulan dilihat dari Aspek Informasi didapat bahwa rata-rata 89,1% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek informasinya.
4. Aspek Multimedia Kesimpulan dilihat dari Aspek Multimedia didapat bahwa rata-rata 86,7 % menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek multimediana.
5. Berdasarkan dari data yang diperoleh dari hasil quisoner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis liveshoot dan Motion Graphic ini dapat menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain dari media promosi yang lama.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Proses detail type kamar di video live shoot belum semua di pakai, lebih baik ketika membuat video profile gunakan semua agar lebih mendalam informasinya lagi.
2. Konsep, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam implementasi pembuatan video.
3. Dalam proses editing dan compositing, gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kegiatan proses pengerjaan, agar detail setiap editing dapat dieksekusi dengan baik.
4. Narasi disesuaikan dengan *volume backsound* karena narasi lebih diutamakan untuk didengar daripada *backsound*-nya.
5. Dalam mengerjakan pasca-produksi harus diteliti secara detail agar saat *final render* tidak dilakukan secara berulang-ulang.
6. Durasi waktu yang digunakan harus benar-benar ditentukan agar hasil videonya sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.
7. Ketepatan informasi yang disajikan pada video iklan harus benar-benar terkonsep secara padat, jelas, dan akurat agar informasinya tersampaikan dengan baik.