

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu Pembuatan Video Iklan instagram pada Kirana Stuff Yogyakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan Video Iklan menghasilkan video yang berdurasi 1 menit dengan format H.264 yang memiliki kapasitas ukuran 62,9 MB dengan menggunakan perangkat lunak Adobe After Effect, Adobe Premier Pro, Adobe Audition dan Adobe Photoshop.
2. Penggunaan instagram sebagai promosi oleh kirana stuff, sejauh ini sudah berjalan dengan baik, meskipun ada fitur yang belum begitu dimanfaatkan penggunanya, sehingga promosi belum begitu maksimal diterapkan pada kirana stuff. Harapan peneliti dapat menggunakan video iklan untuk menjalankan promosi melalui Instagram.
3. Iklan berpengaruh positif terbukti dari hasil kuisioner mengenai penyajian iklan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, dibuktikan dengan >80 % responden menjawab Sangat Setuju.
4. Melalui hasil iklan di Instagram selama 7 hari didapatkan 43.021 orang dijangkau, antara lain 76 % berjenis kelamin perempuan dan mayoritas lokasi pemirsa di Jawa Tengah dan Jawa Timur dengan rentang usia 18 – 24 tahun.

5.2 Saran

Pada pembuatan video iklan ini tentu masih mempunyai banyak kekurangan yang perlu disempurnakan lagi. Oleh karena itu, beberapa saran yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Konten yang terdapat pada video ini dapat dikembangkan lagi dengan menambah beberapa informasi yang ada.
2. Memperbanyak referensi untuk meningkatkan kualitas video, yaitu audio dan animasi.
3. Video iklan dapat dikembangkan lagi dengan konsep yang berbeda.

