

BAB V

PENUTUP

5.6 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi iklan Mebel Sartono Art. Penulis menyimpulkan bahwa :

1. Cara pengimplementasian video iklan sebagai media promosi dari Mebel Sartono Art adalah dengan memproduksi video dari pra produksi, produksi, sampai pasca produksi kemudian setelah proses selesai video iklan ditayangkan di stasiun televisi RBTV

2. Gambar yang ditampilkan dalam iklan sesuai dengan poin-poin yang akan digunakan dalam periklanan.

3. Melalui hasil kuisioner didapatkan hasil akhir berupa perhitungan kuisioner dengan menggunakan skala likert sehingga mendapatkan hasil :

1. Aspek Informasi

Dari Aspek Informasi didapat bahwa rata-rata 85% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini .

2. Aspek Multimedia

Dari Aspek Multimedia didapat bahwa rata-rata 85,2% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini

4. Berdasarkan dari data yang diperoleh dari hasil kuisioner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis *live shoot* dan *motion graphic* ini dapat

menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain media promosi yang lama.

5.2 Saran

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

1. Produk yang ditampilkan di dalam video belum semuanya ditampilkan, lebih baik ketika membuat iklan seluruh produk dapat ditampilkan agar lebih menarik lagi.
2. Literatur tentang video iklan lebih diperbanyak agar dalam pembuatan video iklan dapat maksimal
3. Pertanyaan dalam wawancara lebih diperbanyak lagi agar lebih banyak informasi yang diperoleh dan diperdalam maknanya