

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi iklan ini, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Penulis menyimpulkan bahwa :

1. Bahwa telah dibuat media promosi Nggone Mbahmu *Coffe Roaster* dengan menggunakan teknik *Teknik Live shot* dan *Teknik Motion Graphic* Melalui tahap Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.
2. Dari hasil pengujian yang diperoleh menggunakan metode Alpha Testing dan Beta Testing mendapat nilai dengan kategori sudah sesuai.
3. Video promosi iklan di Nggone Mbahmu *Coffe Roaster* berdurasi 45 detik menggunakan *Teknik Live shot* dan *Teknik Motion Graphic*. Yang akan di upload ke media sosial.
4. Video iklan dapat melengkapi media penyampaian informasi yang sudah ada pada Nggone Mbahmu *Coffe Roaster*.
5. Video iklan dapat membantu Nggone Mbahmu *Coffe Roaster* dalam melakukan promosi kepada calon konsumen. Karena dengan adanya video iklan dapat menghilangkan kejenuhan dengan menampilkan visualisasi yang disajikan, sehingga penyajian informasi lebih menarik.

5.2 Saran

Beberapa hal yang masih menjadi kekurangan dalam video promosi ini memang terbilang banyak, hal tersebut perlu dikupas lebih dalam lagi. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang diberikan oleh penulis yaitu :

1. Dalam hal pembuatan video promosi iklan ini, suatu informasi yaitu khususnya dibidang promosi video tidak cukup hanya sekedar dinilai dari kualitas produk, akan tetapi juga harus memperhatikan peluang pasar (konsumen).
2. Dengan adanya teknik *liveshot* dan *motion graphic* mungkin dibuat yang lebih baik lagi.
3. Video promosi harus lebih informatif.
4. Visualisasi dari fasilitas yang ada belum tersampaikan secara menyeluruh.
5. Pengambilan gambar harus lebih banyak dan kreatif karena mempunyai sasaran konsumen yang luas.