

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan dan penguraian dari bab-bab sebelumnya tentang Perancangan dan Pembuatan Video Promosi pada Sugara Milk Sebagai Media Informasi dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ini maka dapat di tarik beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada rumusan masalah pada bab 1, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video promosi iklan Sugara Milk ini menggunakan *Live Shoot* dan *Motion Graphic* melewati tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam pembuatan video Sugara Milk ini penulis memulai proses pembuatan dengan cara mengumpulkan data-data dari sumber penelitian yaitu Sugara Milk.
2. Perancangan dan pembuatan video promosi iklan Sugara Milk ini telah dibuat. Berdasarkan hasil *testing* dan hasil pengujian konten

video, keselarasan antara video, *dubbing*, maupun *backsound* telah sesuai dan dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala.

3. Tetap mengacu pada batasan masalah di bab 1, maka video promosi iklan ini mencakup tentang lingkungan *indoor* maupun *outdoor* Sugara Milk, produk, lokasi, dan *contact person*.
4. Hasil akhir dari video ini memiliki kualitas resolusi *full HD* 1920 x 1080 *pixels* dengan durasi video iklan 60 detik, *format* video .mp4 memiliki kualitas gambar yang tetap bagus serta tidak memakan memori yang terlalu banyak.
5. Dengan sudah dibuatnya video iklan promosi Sugara Milk ini sebagai media informasi diharapkan dapat memberikan informasi tentang keberadaan Sugara Milk dan dapat menarik banyak orang sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan secara maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis memberikan beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut.

Adapun saran tersebut antara lain :

1. Dapat memanfaatkan media digital berbasis multimedia dengan optimal sebagai sarana di dunia periklanan sehingga hasil video perpaduan antara teknik *live shoot* dan *motion graphic* ini dapat

berfungsi secara maksimal.

2. Kedepannya di harapkan pengeditan *coloring* lebih bagus lagi serta permainan perpindahan *transition* di optimalkan lagi agar lebih bagus dalam hal interaksi untuk lebih menarik.
3. Seiring berkembangnya dunia teknologi dan multimedia khususnya dalam hal periklanan kedepannya video promosi iklan ini bisa dikembangkan dengan perpaduan visual 3D.

