

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi Omah Abah Resto, dapat disimpulkan bahwa:

1. Bahwa telah dibuat media promosi Omah Abah Resto dengan menggunakan teknik *live shoot*, *motion graphic* dan *stop motion*. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu pra-produksi meliputi (ide cerita, pembuatan naskah dan *storyboard*), produksi (pengambilan video, membuat desain animasi) dan pasca produksi meliputi (*compositing*, *editing* dan *rendering*).
2. Video promosi Omah Abah Resto yang berdurasi 1 menit yang dipublikasikan oleh Omah Abah Resto di akun Instagram Omah Abah.
3. Melalui hasil kuesioner diperoleh hasil akhir berupa perhitungan kuesioner dengan menggunakan skala likert sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Aspek Tampilan

Kesimpulan dilihat dari Aspek Tampilan didapat bahwa rata-rata 85,5% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek tampilannya.

2. Aspek Informasi

Kesimpulan dilihat dari Aspek Informasi didapat bahwa rata-rata 86,2% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek informasinya.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya. Penulis menyarankan beberapa hal sebagai masukan, yaitu sebagai berikut:

1. Sajian menu yang dihidangkan ketika di video promosi belum semua digunakan, lebih baik ketika membuat video promosi lebih banyak lagi menu yang dihidangkan.
2. Dalam proses *compositing* dan *editing*, gunakan spesifikasi komputer yang sesuai atau yang lebih tinggi dari minimal spesifikasi yang dibutuhkan dalam menjalankan aplikasi terberat yang digunakan dalam membuat video promosi.
3. Dalam membuat video promosi disarankan menonjolkan ciri khas dan keunggulan dari objek yang diteliti.