

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pembuatan Video Iklan Penggabungan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Produk “Satugo” Satuju Coffee Yogyakarta” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses pembuatan video iklan Satugo melalui beberapa tahapan, yaitu proses pra-produksi (menentukan ide, konsep, tema, pembuatan naskah, dan storyboard). Tahapan produksi (pengambilan gambar). Pasca produksi (compositing, editing dan rendering), serta tahapan evaluasi video iklan. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dengan memberikan koesioner kepada pihak ahli media, owner Satuju Coffee dan konsumen, maka diperoleh nilai 95,2 % dari segi informativeness, kemudian dari segi entertainmen memiliki nilai 93,5% dan dari segi irritations memiliki nilai 93,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa video iklan tersebut baik dan dapat dijadikan media promosi bagi produk Satugo.
2. Hasil akhir video iklan Satugo dengan penggabungan Teknik live shoot dan Teknik motions graphic memberikan informasi mengenai kualitas produk, tampilan, varian produk satugo serta informasi pembelian produk satugo. Dari hasil implementasi di media sosial Instagram, Video iklan satugo memperoleh hasil statistik dengan jumlah penayangan 2.013 kali terhitung dari 7 Januari 2024 hingga 30 Januari 2024.

5.2 SARAN

Setelah peneliti menyelesaikan rangkaian penelitian ini, tentunya penelitian ini tidak lepas dari kekurangan baik secara disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, peneliti berharap penelitian ini dapat lebih dikembangkan lebih baik lagi baik dari segi metode maupun hasil akhirnya. Adapun beberapa saran yang diberikan peneliti yaitu :

1. Lebih mengembangkan kreativitas dalam segi konsep video.
Menggunakan peralatan produksi video yang lebih mutakhir, terutama peralatan lighting atau pencahayaan yang baik.
2. Memaksimalkan penggunaan talent agar dapat menambah nilai estetika dalam video.

