

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan video *company profile* yang digunakan adalah berbasis live shoot dan motion graphic. Video *company profile* juga mempunyai daya Tarik untuk menjadi media informasi. Video *company profile* juga dapat digunakan untuk sarana penyebaran informasi lewat media sosial untuk menarik minat calon mahasiswa baru. dengan adanya *company profile* ini, bisa membantu pengetahuan calon mahasiswa tentang apa itu prodi D3 Manajemen Informatika. Video *company profile* ini juga akan menghasilkan video tentang ajakan (promosi) kepada calon mahasiswa baru untuk mendaftar di program studi D3 manajemen informatika.

Proses pembuatan video *company profile* ini diawali dengan tahap praproduksi yaitu pembuatan ide, tema, naskah, dan storyboard. Lalu dilanjutkan tahap produksi, pengambilan gambar dan pembuatan asset. Dan yang terakhir adalah tahap pascaproduksi yaitu *assembly, animating, compositing, dan rendering*. Video yang menjadi media utama berukuran 1920x1080 atau FHD dengan durasi 4 menit 11 detik.

Setelah melakukan analisis terhadap data dari responden, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pembuatan video *company profile* D3 Manajemen Informatika telah berhasil memenuhi kebutuhan informasi dan promosi dengan baik. Melalui kuisioner yang disebarakan ke calon mahasiswa. Video *company profile* D3 Manajemen Informatika telah berhasil menyampaikan informasi yang jelas tentang produknya kepada target pasar. Hal ini dibuktikan dengan mendapatkan persentase sebesar 88,8% dari data kuisioner hasil pengujian video *company profile* D3 Manajemen Informatika. Dengan demikian, Company Profile D3 Manajemen Informatika telah berhasil memenuhi kebutuhan informasi dan promosi dengan sukses.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembuatan video *company profile*, terdapat beberapa saran yang diharapkan mampu bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan, diantaranya :

- a) Bagi pengurus prodi, diharapkan dapat menjadikan video *company profile* ini menjadi salah alat yang efektif dalam mempromosikan program studi mereka kepada calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan menggunakan teknik pemasaran yang tepat dan konten yang menarik, diharapkan video ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang keunggulan dan potensi yang dimiliki oleh program studi tersebut. Semoga upaya promosi ini dapat meningkatkan citra dan daya tarik prodi dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan tinggi.
- b) Bagi mahasiswa magang selanjutnya, diharapkan mereka dapat melengkapi kekurangan yang ada pada video ini. Selain itu, diharapkan video ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.