

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dilakukan selama proses pembuatan video iklan Krisbar Susi, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam pembuatan video iklan Krisbar Susi melalui 3 tahap yaitu tahap pra produksi (ide cerita, penyusunan naskah, pembuatan storyboard), tahap produksi (pengambilan gambar, penyusunan audio, perancangan motion graphic) dan tahap pasca produks (composite, editing, rendering)
2. Dari hasil pengujian yang di peroleh menggunakan metode Alpha Testing dan Beta Testing mendapat nilai dengan kategori sudah sesuai.
3. Video iklan ini dapat memasarkan Krisbar Susi lebih luas lagi karena dapat terhubung ke seluruh masyarakat yang mempunyai media sosial.
4. Video iklan Krisbar Susi berdurasi 55 detik menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang di upload di media sosial Instagram.
5. Dalam pembuatan video iklan Krisbar Susi melalui 3 tahap yaitu Pra Produksi , Produksi dan Pasca Produksi
6. Melalui kuesioner, dapat diambil penilaian bahwa factor informasi yang telah dihitung menghasilkan nilai rata-rata 87,4% dengan kategori penilaian sangat Setuju.

5.2. Saran

Selama proses pembuatan video iklan Krisbar Susi terdapat beberapa saran yang disampaikan. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan video iklan diantaranya :

1. Video promosi harus lebih Informatif
2. Pengambilan gambar dalam *live shoot* harus lebih banyak dan kreatif karena mempunyai sasaran konsumen lebih luas

3. Mematangkan konsep, naskah, dan *storyboard* karena akan digunakan sebagai acuan selama proses produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.
4. Perbanyak referensi *motion graphic* agar dapat menciptakan yang lebih menarik lagi.

