

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- A. **Hasil dari penelttan ini:** Penelitian ini dihasilkan video iklan yang berdurasi 1 menit 15 detik (75 detik).
- B. **Implementasi di sosial media:** Instagram mendapatkan 1.607 kali ditonton serta impersi sebanyak 1.456, lalu pada TikTok mendapatkan tayangan sebanyak 2.303 kali ditonton serta like 380.
- C. **Berdasarkan pengambilan data:** Penelitian ini melalui perhitungan likert didapatkan skor nilai indeks maksimum sebesar 1720 dengan presentase sebesar 87,96% yang menunjukkan kategori "Sangat Baik" untuk aspek informasi dan tampilan video iklan yang dibuat oleh peneliti.

Penelitian menunjukkan bahwa pembuatan video iklan yang efektif dimulai dengan pemahaman yang kuat tentang tujuan iklan dan siapa target audiensnya. Identifikasi yang jelas tentang pesan yang ingin disampaikan dan siapa yang dituju akan membantu mengarahkan proses produksi dengan lebih efisien.

5.2 Saran

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Maka dari itu penulis mengajukan beberapa saran untuk pengembangan video tersebut baik dari segi metode penelitian maupun produknya,

Maka dari itu penulis mengajukan beberapa saran untuk pengembangan video tersebut, yaitu:

1. Video iklan ini kedepanya dapat di kembangkan lagi dengan seperti animasi dan visual efek yang lebih baik.
2. Untuk kedepanya lebih dikembangkan lagi seperi penambahan animasi 3D.
3. Mengembangkan dan menambah Teknik pengambilan video.

Demikian saran dari penulis yang dirasa perlu agar video Iklan ini bisa lebih berkembang. Untuk selanjutnya penulis berharap kritik dan saran yang sifatnya membangun bagi kesempurnaan media ini.

