

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan dan pembuatan video iklan sebagai media promosi pada UMKM Dinda Hayu Batik adalah:

1. Perancangan iklan menggunakan tiga tahap yaitu, tahap praproduksi sebagai pedoman dalam proses pelaksanaan, tahap selanjutnya adalah tahap produksi sebagai pelaksanaan pembuatan video dan mengacu pada tahap pra-produksi, dan terakhir adalah tahap pasca produksi untuk mengolah hasil dari kegiatan produksi.
2. Kegiatan ini menghasilkan luaran video cinematic iklan untuk mempromosikan produk dari Dinda Hayu Batik.
3. Setelah dilakukan penghitungan dari hasil kuesioner mengenai video iklan Dinda Hayu Batik dari segi aspek multimedia menghasilkan nilai rata-rata sejumlah 91,2% dan dari aspek informasi mendapatkan nilai rata-rata sejumlah 84% sehingga termasuk dalam kategori layak atau sangat setuju. Diharapkan dengan adanya iklan ini dapat meningkatkan daya jual dan minat masyarakat untuk membeli produk dari Dinda Hayu Batik.

### **5.2 Saran**

Melalui hasil kuesioner beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan video selanjutnya adalah:

1. Di dalam pembuatan konsep, storyboard, dan naskah membutuhkan perencanaan yang lebih matang agar proses pembuatan video dapat lebih baik dan sempurna.
2. Pengembangan penelitian selanjutnya harus lebih kreatif.
3. Dalam proses pembuatan iklan selanjutnya harus menggunakan teknik pengambilan gambar yang lebih variatif.

4. Penggunaan transisi video yang lebih variatif agar menciptakan visual yang lebih menarik.
5. Dalam peragaan model sebaiknya menggunakan figure model laki-laki dan perempuan untuk menampilkan variasi produk agar lebih menarik serta dapat menggambarkan jenis produk yang dimiliki.

