

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari Penelitian di atas dapat disimpulkan bahwasanya telah dibuat video company profile menggunakan Teknik motion graphic di PT. Rumpun Adji Nusantara, dengan tahapan.

1. Dalam penelitian ini, telah diusulkan perancangan dan pembuatan iklan untuk PT. Rumpun Adji Nusantara dengan menggunakan teknik motion graphic. Pra produksi meliputi Perancangan Ide dan Konsep,tema,Perancangan naskah, Produksi meliputi perancangan Story Board,Editing,Rendering, Pasca Produksi meliputi *Compositing Scene*.
2. Dari Quisioner di atas dapat disimpulkan kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa video iklan yang dihasilkan dari penelitian ini memperoleh penilaian Persentase nilai 87%. video iklan tersebut masuk dalam kategori "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa video iklan berhasil mencapai tingkat kualitas yang tinggi dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan yang telah ditetapkan. Hasil ini menunjukkan bahwa konsep, perancangan, dan proses produksi video iklan telah berhasil menghasilkan konten yang efektif dan memenuhi ekspektasi audiens. Dengan demikian, video iklan ini memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan audiens, dan konversi ke dalam tindakan atau pembelian yang diinginkan.
3. Selanjutnya, dalam tahapan media placement, dipilih platform Instagram sebagai media distribusi utama. Instagram dipilih karena popularitasnya yang terus meningkat dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang relevan dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT. Rumpun Adji Nusantara.
4. Hasil penelitian ini memberikan wawasan dan rekomendasi bagi PT. Rumpun Adji Nusantara dalam menggunakan media video sebagai

strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan keberhasilan bisnis mereka.

5.2 Saran

Saran untuk PT. Rumpun Adji Nusantara adalah untuk terus mengembangkan konten video berkualitas tinggi dan strategi pemasaran yang terencana dengan baik, serta memperhatikan respons dan feedback dari audiens untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan guna meningkatkan dampak dan hasil kampanye mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan audiens, dan potensi konversi ke dalam tindakan atau pembelian yang diinginkan.

