

## BAB V PENUTUP

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, telah diputuskan perancangan dan pembuatan iklan untuk Sembada Store adalah dengan menggunakan teknik motion graphic live shoot dan cinematic. Dengan tujuan untuk mempromosikan produk mereka.
2. Dari Quisioner di atas dapat disimpulkan kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa video iklan yang dihasilkan dari penelitian ini memperoleh penilaian Persentase nilai 87,16%, video iklan tersebut masuk dalam kategori "Sangat Menarik". Hal ini menunjukkan bahwa video iklan telah 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 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 Sembada Store.
4. Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi Sembada Store bahwa promosi menggunakan media video dapat meningkatkan visibilitas dan keberhasilan bisnis mereka.

### 1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memiliki saran sebagai berikut

1. Terus menggunakan video sebagai sarana promosi agar perusahaan dapat semakin maju, berkembang dan dapat mencapai visi dan misi yang telah dijalankan.

