

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah disusun oleh penulis dalam pembuatan video iklan Kopi Ruang Rasa, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini telah melalui tiga tahapan yaitu:
  - a. Pra produksi yang meliputi identifikasi masalah, observasi, analisis perancangan naskah, *storyline*.
  - b. Produksi yaitu meliputi shooting yang menggunakan teknik B-Roll.
  - c. Pasca produksi yang meliputi pembuatan motion graphic, editing dan rendering.
2. Video iklan Kopi Ruang Rasa dapat menjadi media promosi yang di tayangkan di Instagram milik Kopi Ruang Rasa.
3. Video iklan ini berdurasi 90 detik berukuran 133MB dan format MP4.

## 2. **Saran**

Ada beberapa saran dari penulis terkait pengembangan untuk peneliti selanjutnya, diantaranya:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan teknik dan konsep video iklan yang berbeda, agar adanya perbedaan antara karya tulis lama dan karya tulis yang baru.
2. Sebelum membuat iklan, sebaiknya dilihat dulu kelebihan dan potensi dari tempat yang akan diangkat dalam iklan.
3. Menambah detail *variasi footage* dalam pengambilan gambar agar tidak *monotone*.
4. Perbaiki kualitas video mulai dari kualitas gambarnya, kualitas voice over dalam video, pencahayaan dan warna, serta pengaturan pelan atau kerasnya musik background agar video lebih estetik, menarik dan bagus.