

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Proses dalam pembuatan video di Sembada Store melalui 3 proses tahapan diantaranya proses pra produksi (pembuatan *Storyboard*), tahap produksi (pengambilan gambar) dan tahap pasca produksi (proses *Compositing*, *Editing* dan *Rendering*).
2. Video iklan ini dibuat dengan teknik *Live Shoot* dan teknik *Motion Graphic* sebagai media promosi Sembada Store.
3. Penayangan video iklan dipublikasikan pada media social Sembada Store yaitu Youtube, Twitter, Instagram TV yang telah dipublis pada tanggal 4 Maret 2020 dengan durasi video 01:26 menit. tanpa ada masalah atau melanggar hak cipta.
4. Dari hasil kebutuhan informasi dengan hasil akhir didapatkan bahwa semua poin kebutuhan informasi telah terpenuhi dan video yang dihasilkan sudah sesuai dengan kebutuhan objek.
5. Melalui hasil kuisisioner tamplan informasi dan tampilan video, didapatkan hasil akhir berupa perhitungan kuisisioner dengan menggunakan perhitungan Skala Likert sehingga mendapatkan hasil akhir "Sangat Baik".

## 5.2 Saran

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis berharap agar kedepannya video ini dapat dikembangkan baik dari segi metode penelitian maupun produknya. Adapun saran yang akan saya berikan sebagai berikut:

1. Untuk kedepannya lebih dikembangkan dalam penambahan animasi dan ilustrasi visual.
2. Diharapkan video ini dapat dibuat dengan lebih ringkas dan padat.
3. Menambahkan subtitle bahasa asing pada video

