

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan tahapan-tahapan yang penulis telah lakukan dalam pembuatan Video iklan PT. Nusantara Sakti Kutoarjo diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan produksi video iklan melalui 3 tahap yaitu dari proses pra produksi berupa pembuatan konsep dan ide, proses produksi pembuatan aset vektor grafi dan pengolahan foto serta merekam suara, sampai pasca produksi sebagai tahap akhir produksi berupa penggabungan semua elemen pada proses produksi dan pembuatan animasi motion graphic sampai semua dirender menjadi format video mp4.
2. Video iklan sudah memenuhi kriteria dari kebutuhan fungsional yaitu mampu menampilkan berbagai varian sepeda motor Honda yang tersedia di PT. Nusantara Sakti Kutoarjo. Serta menampilkan kelebihan/kemudahan membeli sepeda motor di PT. Nusantara Sakti Kutoarjo. Dan mampu menampilkan nomor telepon atau Whatsapp yang bisa dihubungi oleh konsumen.
3. Berdasarkan data akhri dari kuesioner dapat disimpulkan bahwa video iklan dapat menjadi sarana promosi melalui sosial media.

#### **5.2 Saran**

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan video iklan masih terdapat banyak kekurangan dan tentunya bisa menjadi pertimbangan bagi

Saran penulis untuk mengembangkan video iklan sebagai berikut:

1. Asah *skill* lagi dalam pembuatan animasi motion graphic yang lebih baik.
2. Pembuatan aset vektor grafis yang lebih menarik.
3. Untuk kebutuhan iklan melalui Instagram audio narasi/background music bukan elemen utama untuk menarik perhatian konsumen, karena pada instagram semua video *default*-nya dalam keadaan mute. Maka iklan harus dikuatkan dari segi visualnya.
4. Meskipun audio bukan menjadi hal utama, audio yang bagus akan menjadi salah satu faktor iklan menjadi menarik.

