

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pembuatan video iklan layanan masyarakat dengan konsep storytelling untuk kampanye stop bullying berhasil dirancang dan diimplementasikan dengan baik. Video ini mampu menyampaikan pesan kampanye secara efektif melalui alur cerita yang menyentuh, menggambarkan pengalaman korban bullying secara realistis, dan membangun empati audiens. Hal ini terbukti pada Bab IV, di mana proses produksi dan pascaproduksi menghasilkan video berdurasi kurang dari dua menit dengan kualitas visual dan audio yang baik, serta sesuai dengan storyboard dan naskah yang telah dirancang sebelumnya. Video yang telah melalui tahap pengujian menunjukkan kesesuaian antara konten, keselarasan video dan audio, serta kualitas output yang memenuhi standar (resolusi HD 1920x1080, format MP4, tanpa gangguan visual maupun audio). Selain itu, hasil kuesioner yang dilakukan terhadap 25 responden menunjukkan bahwa mayoritas audiens memberikan respon positif terhadap pesan yang disampaikan, menunjukkan peningkatan kesadaran dan empati terhadap isu bullying. Dengan demikian, pendekatan storytelling dalam pembuatan video iklan ini efektif dalam mendukung kampanye sosial stop bullying dan berpotensi menjadi media komunikasi yang relevan, khususnya bagi kalangan remaja yang menjadi target utama kampanye ini.

### **5.2 Saran**

Pertama, untuk meningkatkan kualitas visual dan audio, disarankan penggunaan alat pendukung seperti lighting tambahan dan mikrofon eksternal agar hasil pengambilan gambar dan suara lebih optimal, terutama saat pengambilan gambar di luar ruangan. Kedua, pengembangan cerita dapat diperluas dengan menampilkan sudut pandang yang lebih beragam, tidak hanya dari korban, tetapi juga dari pelaku dan saksi, agar pesan yang disampaikan semakin komprehensif dan mendorong refleksi yang lebih dalam bagi penonton.