

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembuatan video promosi HARFU barbershop dengan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*, Serta berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan HARFU barbershop menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini ada beberapa tahapan yang dikerjakan. Tahap pertama adalah tahap pra-produksi. Tahap pra-produksi meliputi tahap pembuatan storyboard dan penulisan narasi penjelas yang akan digunakan dalam video iklan. Dilanjutkan tahap produksi dimulai dari pembuatan footage, hingga saat penganimasian footage hingga menjadi video mentah. Setelah itu tahap terakhir pasca-produksi, meliputi editing, compositing dan rendering.
2. Hasil rendering akhir pembuatan video iklan HARFU barbershop menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* ini memiliki kualitas HD 720p resolusi 1280 x 720 format .mp4 dan mempunyai ukuran video sebesar 186 MB, durasi video 2 menit dengan jumlah frame 59.94 per detik.
3. Gambar yang ditampilkan dalam video iklan sesuai dalam poin-poin storyboard yang akan digunakan dalam promosi.

4. Video promosi yang berbasis liveness dan Motion Graphic ini dapat menjadi alternatif lain untuk konten media promosi yang lebih menarik dari konten sebelumnya.
5. Berdasarkan penilaian kuesioner dan perhitungan skala linkert yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan video promosi sudah menarik dan layak untuk ditayangkan di media sosial.

## 5.2 Saran

Perancangan video iklan HARFU barbershop menggunakan teknik motion graphic dan live shoot ini masih mempunyai beberapa kelemahan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video adalah:

1. Konsep, naskah, dan storyboard yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam implementasi pembuatan video.
2. Dalam proses editing dan compositing, gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kelancaran proses pengerjaan, agar detail setiap editing dapat dieksekusi dengan baik.
3. Narasi disesuaikan dengan *volume: backsound* karena narasi lebih diutamakan untuk didengar daripada *backsound*-nya.
4. Dalam mengerjakan pasca-produksi harus diteliti secara detail agar saat *final render* tidak dilakukan berulang-ulang.
5. Durasi waktu yang digunakan harus benar-benar ditentukan agar hasil videonya sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.
6. Ketepatan informasi yang disajikan pada video iklan harus benar-benar terkonsep secara matang agar informasinya tersampaikan dengan baik.