

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Video iklan Bengkel TK-Tech dibuat dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai pendekatan utama dalam menyampaikan informasi layanan bengkel secara visual, menarik, dan profesional.
2. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan dalam strategi promosi bengkel.
3. Tahapan pra produksi meliputi perumusan ide, penyusunan *storyline*, pembuatan *storyboard*, serta penyiapan alat dan bahan, yang dirancang secara terstruktur sesuai metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*.
4. Tahap produksi dilakukan dengan menggunakan teknik *live shoot* untuk merekam langsung aktivitas bengkel menggunakan kamera Sony A6000, sesuai skenario dan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya.
5. *Motion graphic* dirancang menggunakan Adobe Illustrator dan dianimasikan di Adobe After Effects untuk memperkuat identitas visual bengkel dalam bentuk animasi logo di bagian pembuka video.
6. Pada tahap pasca produksi, proses *editing* dan *rendering* dilakukan menggunakan Adobe Premiere Pro, yang menggabungkan semua elemen visual, audio, dan animasi menjadi satu kesatuan video promosi.
7. Evaluasi terhadap video dilakukan melalui wawancara dengan target *audiens* dan *owner*, dan hasilnya menunjukkan bahwa video dinilai sangat efektif, komunikatif, serta sesuai dengan karakter *branding* bengkel.
8. Proses pembuatan video iklan dengan pendekatan teknik *live shoot* dan *motion graphic* terbukti dapat dijalankan secara sistematis melalui tahapan produksi yang terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa metode yang

diterapkan mampu menjawab kebutuhan visual promosi bengkel TK-Tech sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Transisi animasi logo sebaiknya dibuat lebih cepat agar lebih dinamis dan tidak mengganggu alur video secara keseluruhan.
2. Variasi elemen visual perlu ditingkatkan agar video tidak terkesan monoton dan dapat memberikan kesan yang lebih mendalam kepada audiens.
3. Perlu adanya keseimbangan antara kesederhanaan dan kompleksitas visual agar video tetap menarik namun tetap fokus pada pesan utama.
4. Pengembangan elemen *motion graphic* tambahan pada bagian tertentu dapat memperkuat estetika dan memperjelas informasi yang disampaikan.
5. Format video sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan platform media sosial, seperti durasi yang lebih pendek untuk *feed* Instagram dan rasio vertikal untuk Instagram Stories.
6. Uji coba video dengan cakupan audiens yang lebih luas disarankan untuk mengetahui efektivitas pesan dan meningkatkan kualitas promosi di masa mendatang.