

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian-uraian dan penjelasan pada bab-bab sebelumnya sampai pada akhir pembahasan mengenai pembuatan video iklan sosial media pada Kedai Kisana. Maka penulis dapat menarik kesimpulan, sebagai berikut.

- a. Berdasarkan kebutuhan fungsional, video iklan ini menampilkan promosi produk-produk yang ada di Kedai Kisana.
- b. Dalam pembuatan video iklan ini melewati tiga tahapan yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
- c. Video iklan ini di implementasikan dan di tayangkan di Instagram melalui Instagram *ads*.
- d. *Insight* promosi pada Instagram *ads* sebagai berikut, biaya iklan sejumlah Rp. 140.000,00 dengan durasi 7 hari, interaksi klik promosi 106. Membuka profile 140 dari promosi yang tayang, penemuan 11.733 dengan 99% tidak mengikuti dan 100% dari promosi, *impresi* 18.833, dan mengikuti 6 orang.
- e. Hasil kuisisioner adalah 91,2% dengan krtiteria penilaian adalah sangat baik.

## 5.2 Saran

Pembuatan video iklan pada Kedai Kisana masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video iklan adalah sebagai berikut.

- a. Dalam pembuatan video iklan yang bertujuan menyampaikan informasi promosi yang diadakan oleh Kedai Kisana harus memiliki data-data yang valid dan konsep ide cerita yang matang, agar tidak terjadi kendala dan kesalahan dalam proses pembuatan video iklan.
- b. Perhatikan gerakan kamera *movement* agar pada saat pengambilan gambar, gambar yang dihasilkan tidak terlalu goyang.
- c. Perhatikan cahaya yang ada di ruangan pada saat pengambilan gambar.
- d. Perhatikan tata letak komposisi pada *motion graphic*, agar dapat nyaman dilihat oleh *audience*.