

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang sudah dilakukan pada Analisis dan Pembuatan Iklan dengan menerapkan teknik Live Shot dan Motion Tracking pada Keenan Cakery, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan video iklan Keenan Cakery, penulis telah berhasil menerapkan teknik motion tracking dan live shoot.
2. Hasil implementasi di sosial media Instagram, video ini mendapat kenaikan *insight* dalam 3 hari postingan mampu mendapat 44 like, 1 komen, 12 save, 16 followers baru, 49 orang mengunjungi profil, 2 orang klik tautan website, dan tayangan video iklan tersebut berhasil menjangkau 10.832 akun dan 13.605 banyaknya dilihat *audience*, sehingga mampu membangun *brand awareness* Keenan Cakery makin dikenal banyak orang.
3. Hasil presentase dari pengujian kuesioner dari followers Keenan Cakery dan umum adalah sebesar 89% yang mengartikan kategori sangat baik.
4. Hasil presentase dari pengujian kuesioner dari ahli media adalah sebesar 73% yang mengartikan kategori baik. Dari hasil kuesioner ahli media menilai kesesuaian warna video dan penempatan back sound kurang baik atau kurang tepat, sehingga perlu diperbaiki lagi.
5. Menciptakan nuansa baru pada Instagram Keenan Cakery, khususnya video dengan teknik motion tracking dan live shoot.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang diberikan peneliti adalah :

1. Akan sangat baik jika pembuatan multimedia ini menggunakan perlengkapan untuk mengambil video yang lebih memadai

seperti gimbal stabilizer, lensa yang lebih bervariasi, dan lighting yang lebih memadai

2. Sebelum menggunakan kamera untuk take video, perhatikan untuk *setting* kamera terlebih dahulu dan dipastikan tidak berubah-ubah. *Setting* kamera tersebut berupa mengatur ISO, White Balance, Exposure, dan FPS yang digunakan.
3. Lebih mencermati warna gambar, background, dan obyek gambar agar lebih selaras.
4. Alangkah baiknya dalam proses editing video menggunakan device laptop atau PC yang *support* grafis dengan spek tinggi.

