

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dijelaskan selama proses pembuatan video iklan Coffee Van Jogja, dapat disimpulkan bahwa:

1. Cara pengimplementasian video iklan sebagai media promosi dari Coffee Van Jogja adalah dengan memproduksi video dari pra produksi, produksi, sampai pasca produksi kemudian setelah proses selesai, video tersebut kemudian di render, hasil akhir video di uji tayangkan di Instagram
2. Gambar yang di tampilkan dalam video iklan sesuai dalam poin-poin yang akan digunakan dalam promosi
3. Melalui hasil kuisioner didapatkan hasil akhir berupa perhitungan kuisioner dengan menggunakan Skala Likert sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Aspek Informasi

dari Aspek Inforamasi di dapatkan rata-rata 87% menunjukan responden dalam kriteria sangat baik dengan video ini dilihat dari aspek informasinya.

2. Aspek Multimedia

Kesimpulan dilihat dari Aspek Multimedia di dapatkan bahwa rata-rata 86.5% menunjukan responden dalam kriteria sangat baik dengan video iklan ini dapat dilihat dari aspek multimediana.

4. Berdasarkan dari data yang diperoleh dari hasil kuisioner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis Liveshoot dan Motion Graphic ini dapat menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain dari media promosi yang lama.
5. Video ini telah di uji tayangkan di Instagram pada tanggal 6 juli dan sampai tanggal 8 juli dengan ditonton sebanyak 156 dengan *like* 44 dan 5 *comments*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses *dubbing* masih belum masih belumbersih dari *noise*
2. Dalam proses pengeditan audio, audio disarankan lebih di kecilkan lagi karena suara narasi menutup suara *backsound*.
3. Dalam pengambila gambar perlu ada penyesuaian pencahayaannya terhadap objek.