

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahapan yang telah dikerjakan selama proses pembuatan Video Promosi Amikom *Student Badminton Community*, dan berdasarkan rumusan masalah “Bagaimana cara membuat video promosi yang dapat menyampaikan informasi yang tepat untuk mahasiswa dan mahasiswi yang berada di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA” maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pra Produksi, tahap awal akan dilakukan wawancara pada nara sumber untuk mendapatkan data data dari data tersebut bias merumuskan sebuah masalah. Kemudian lanjut pada tahap perancangan ide dan konsep dan setelah itu perancangan naskah. Dari naskah akan menghasilkan storyboard yang akan menjadi acuan untuk produksi media promosi, setelah perancangan naskah dan storyboard, penentuan lokasi dan memilih talent / atrees sangat penting dan selanjut akan dibuat pejadwalan untuk proses selanjut yaitu Produksi.
2. Pada tahap produksi, pengaturan set lokasi akan dilakukan dengan penataan cahaya, agar pada saat pengambilan tidak kekurangan cahaya, kemudian barulah pengambilan gambar dilakukan.

3. Setelah pra produksi dan produksi, kemudian tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi. Pada tahap ini akan melakukan capturing hasil dari pengambilan gambar, setelah melakukan capturing kemudian akan di lakukan pengeditan video, dan proses editing video akan di tambahkan *motion graphic* dan efek *slow motion*. Setelah melakukan pengeditan video kemudian akan masuk pada rendering, dimana hasil video yang telah di akan di *export* menjadi sebuah media promosi.
4. Dalam pembuatan media promosi Amikom Student Badminton Community menggunakan metode *live shoot*, *slow motion*, *motion graphic* dan penerapan metode metode tersebut dapat dilakukan dengan maksimal.
5. Dari uji kelayakan yang menggunakan kuisioner untuk mendapatkan hasil penilai media promosi bahwa telah di produksi dengan benar, maka media promosi ini dinyatakan layak untuk ditayangkan saat akan perekrutan anggota baru.

5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu penelitian dalam pengembangan video selanjutnya:

1. Ide, konsep, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat menjadi acuan dalam pengimplementasian audio dan *motion graphic*. Pada saat pengambilan gambar, video disesuaikan dengan momen yang ada, seperti pada saat pemain sedang melakukan permainan badminton yang menarik seperti smash dan serunya bermain badminton.
2. Untuk peneliti berikutnya, agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat produksi disiapkan dengan matang sebelum melakukan pengambilan gambar.
3. Proses pembuatan video promosi sebaiknya dikerjakan oleh beberapa orang yang sudah ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pengambilan gambar atau dalam pembuatan *motion graphic*.
4. Bagi peneliti lain, dalam mengatur efektifitas sebuah iklan hendaknya memilih iklan yang sesuai dengan waktu penelitian atau masih aktual. Sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain diluar iklan tersebut yang menjadi pertimbangan audience dalam menilai.