

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahapan yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan Kopi Kumendan, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan, yaitu:

- a. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan Kopi Kumendan dengan ekstensi *file .mp4* dan dengan durasi video 59 detik.
- b. Dari hasil kuesioner yang dilakukan didapatkan sebanyak 31 responden dengan 80,6% laki-laki, dan 19,4% perempuan. Dengan usia rata-rata 22 tahun. Menyatakan video iklan ini sudah dibuat dengan baik.
- c. Dari pemasangan iklan melalui media *instagram* selama 7 hari didapatkan hasil 53.959 kali tayangan, *promotion clicks* sebanyak 355 kali, 1.024 akun mengunjungi akun *instagram* Kopi Kumendan, dan mendapat 9 pengikut.
- d. Iklan yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan objek.
- e. Pihak Kopi Kumendan menerima iklan yang telah dibuat sesuai saran dari penulis.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, antara lain:

- a. Konsep dan naskah pada *storyboard* yang telah disusun harus menjadi acuan.
- b. Dalam membuat iklan menggunakan *live shoot* dan *motion graphic*, konsep yang akan digunakan harus matang agar saat pembuatan tidak ada kendala.
- c. Ide cerita harus lebih luas dan kreatif agar mempunyai sasaran konsumen yang luas.

