

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan pada bab – bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan dari “Pembuatan Iklan ERHA coffe & Literacy Yogyakarta Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”, secara umum dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari penelitian dihasilkan sebuah video iklan promosi ERHA Coffe & Literacy Yogyakarta dengan durasi 59 detik.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan skala likert pada aspek informasi, responden memberikan respon yang positif dengan hasil penilaian rata-rata 77,6 % yaitu **Baik**.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan skala likert pada aspek multimedia, responden memberikan respon yang positif dengan penilaian rata-rata 69,1% yaitu **Baik**.
- d. Berdasarkan hasil analisis di Facebook Business Manager dari promosi iklan ERHA Coffe & Literacy di media social Instagram diketahui penggunaan video iklan sebagai media promosi memiliki dampak positif dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pemirsa yang mengunjungi profil Instagram ERHA dengan jumlah 712 klik 85% nya dari promosi, dan yang melakukan pencarian arah berjumlah 12 klik 66% nya dari promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disamakan oleh penulis, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Saat pengambilan gambar video, perhatikan lighthing, lokasi pengambilan gambar terlebih dahulu.
- b. Selain pengambilan gambar perlu diperhatikan bagian effect pada video, agar lebih rapi dalam penempatannya atau bisa ditambahkan jenis effect yang diinginkan.