

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa :

1. Video iklan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta ini diproduksi mulai dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi kemudian setelah proses selesai, video siap ditayangkan.
2. Gambar yang ditampilkan dalam iklan sesuai dalam poin-poin yang akan digunakan untuk pengiklanan.
3. Cara pengimplementasian video iklan sebagai media promosi dari The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta adalah dengan memproduksi video menggunakan teknik *Motion Graphic*.
4. Berdasarkan dari data yang diperoleh dari hasil kuisisioner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis *Motion Graphic* ini dapat menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain dari media promosi yang lama yaitu brosur.
5. Hasil render akhir video ditayangkan di TV lokal.

5.2 Saran

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

1. Karakter yang digunakan masih terlalu standart, kedepannya jika mampu, gunakan karakter yang lebih bagus dan menarik.
2. Literatur tentang video iklan diperbanyak supaya video iklan dapat maksimal.
3. Tambahkan teknik yang dipakai, jangan hanya menggunakan teknik *Motion Graphic*.
4. Jangan hanya memberi kuisisioner pada karyawan perusahaan, tapi berikan juga kuisisioner pada *audiens* supaya mendapat lebih banyak tanggapan.
5. Tayangkan iklan pada TV yang jangkauannya lebih luas.