

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan video promosi Foodiest adalah sebagai berikut:

1. Perancangan media promosi menggunakan tiga tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.
 - a. Pada tahap pra produksi dihasilkan perancangan pembuatan video promosi mulai dari naskah iklan berjumlah 12 script, storyboard menghasilkan 12 scene.
 - b. Pada tahap produksi, menggunakan 2 kamera yaitu Cannon 7D berjumlah 1 dan Fujifilm X-T1 berjumlah 1, menggunakan Slider Attanta 100cm.
 - c. Pada tahap pasca produksi, menghasilkan iklan untuk promosi Foodiest dengan durasi 1 menit.
2. Pembuatan iklan ini menghasilkan video promosi berdurasi 1 menit dengan ekstensi .mp4.
3. Implementasi video animasi ini sudah dilakukan dan bisa dilihat di akun Instagram @Foodiest.id dan @tempatnongkrongjogja.
4. Evaluasi dari objek untuk video promosi mendapat hasil sebagai berikut:
 1. Durasi video terlalu singkat sehingga tulisan tidak dapat dibaca secara cermat.

2. Tidak ada penjelasan secara detail mengenai kartu member dan regular yang digunakan untuk transaksi di Fodiest.

5.2 Saran

Penulisan naskah skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis memberikan beberapa saran yang bisa dikembangkan untuk membuat video promosi yang lebih baik lagi:

1. Perbanyak referensi tentang video promosi agar bisa membuat lebih menarik.
2. Perbanyak referensi tentang motion tracking agar bisa membuat lebih menarik.
3. Perbanyak keterampilan dalam menggunakan software After Effect untuk memberikan efek – efek yang lebih baik.