

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu pembuatan video promosi pada Kopinya Kita, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Dalam pembuatan iklan pada *cafe kopinya kita yogyakarta* dengan teknik *motion graphic* dan *live shoot* sebagai promosi, peneliti melalui 3 tahap, yakni *pra* produksi, produksi, *pasca* produksi. Dalam tahap *pra* produksi peneliti membuat rancangan naskah, *scheduling*, *storyboard*, *casting* dan perlengkapan produksi. Pada tahap produksi peneliti menggunakan teknik *live shoot*. Sedangkan tahap *pasca* produksi peneliti menggunakan *software* Adobe Premier untuk *editing trim* dan After Effect untuk *Compositing* dan pembuatan *motion graphic*.

Hasil dari Video dibuat dengan durasi 1 menit yang berisi 3 produk andalan yang sudah di berikan oleh *owner* Kopinya Kita kepada peneliti yaitu : kopi Robinson, sawut dan *blue ice*. Video ini di *Upload* di *social media* Instagram www.instagram.com/kopinyakita pada tanggal 9 April 2017.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini, beberapa saran yang ingin penyusun sampaikan sebagai masukan, sebagai berikut :

1. Lebih teliti dalam pengambilan gambar (*angle camera*, pengaturan pencahayaan).
2. Konsep, naskah, dan *storyboard* harus matang karena menjadi acuan dalam proses produksi dan *pasca* produksi pembuatan video promosi.
3. Membuat youtube *channel* untuk mengunggah video promosi pada Kopinya Kita dengan durasi lebih dari 1 menit.
4. Video promosi pada Kopinya Kita memberikan informasi yang lebih lengkap.

