

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan melalui tahapan uraian dan analisa yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka Analisis dan perancangan video promosi sebagai media *branding* dan presentasi *Clothing Brand* Kainos Id dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada proses pembuatan video promosi ini melalui beberapa tahapan seperti pengumpulan data menggunakan metode analisis masalah, metode observasi dan wawancara terhadap objek perusahaan, metode studi pustaka, dan metode testing, kemudian melakukan tahapan implementasi dan perancangan yang terdiri dari pra produksi, produksi, pasca produksi, dan evaluasi.
2. Pada proses evaluasi dengan menggunakan pengujian *alpha testing* dan *beta testing* didapatkan bahwa tiap poin dari kebutuhan fungsional sudah terpenuhi dalam gambar yang ditampilkan. Dari hasil kuisioner faktor informasi dan aspek multimedia terhadap video promosi Kainos Id didapatkan penilaian dengan rata-rata nilai persentase kelayakan sebesar 94% atau dapat dikategorikan "Sangat Baik" dan untuk pertanyaan tentang efek *super eight* yang digunakan pada video promosi tersebut mendapatkan presentase kelayakan sebesar 78% atau dapat dikategorikan "Baik".

5.2 Saran

Analisis dan perancangan video promosi sebagai media *branding* dan presentasi *Clothing Brand* Kainos Id ini tentunya tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Maka dari itu peneliti berharap video ini dapat dikembangkan lagi pada penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik. Adapun saran yang ingin disampaikan sebagai berikut :

:

1. Mengembangkan penyampaian ide cerita, konsep, dan *storyboard* agar tujuan awal pembuatan video dapat disampaikan dengan lebih baik.
2. Pemilihan kamera, lensa kamera, dan alat pendukung lainnya pada tahap produksi video harus lebih diperhatikan dan dipersiapkan sesuai dengan kebutuhan produksi.
3. Teknik pengambilan gambar harus diambil dengan lebih baik dan rapi agar gambar yang dihasilkan lebih jelas.
4. Mempelajari ilmu aspek-aspek multimedia agar video yang dihasilkan lebih menarik.
5. Video promosi ini dapat dikembangkan lagi dengan menambahkan animasi 3D, dan animasi logo dalam bentuk *motion graphic*.

