

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pembuatan iklan di Instagram ini untuk memberikan informasi tentang perusahaan Dope13store meliputi fasilitas, produk, dan lokasi perusahaan.
- b. Pembuatan iklan pada Dope13store menggunakan teknik motion graphic ini dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.
- c. Dari hasil pengujian dengan jumlah responden 35 orang di antaranya 23 mahasiswa Amikom konsentrasi multimedia dan 12 mahasiswa dari luar Amikom, dari hasil perhitungan skala likert dengan persentase 87%. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 60 detik.
- d. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 60 detik.
- e. Video yang dihasilkan telah ditayangkan di Instagram Official @dope13store.

5.2 SARAN

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis berharap agar kedepannya video ini dapat dikembangkan, baik dari segi metode penelitian maupun produknya. Adapun saran yang akan saya berikan sebagai berikut:

1. Dalam proses editing, compositing, dan rendering gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kelancaran proses pengerjaan, agar detail setiap pengeditan dapat dieksekusi dengan baik dan proses rendering bisa dilakukan dengan lebih cepat.
2. Produk yang ditampilkan dalam video belum dapat mencakup seluruh produk *dopel3store*, lebih baik ketika dapat mencakup seluruh produk *dopel3store*.
3. Dalam proses perekaman suara gunakan alat penunjang seperti pop filter agar perekam suara yang dapat meredam noise agar suara yang dihasilkan jernih dan akan memudahkan pada saat editing.
4. Pertanyaan pada saat wawancara diperbanyak lagi agar dapat lebih menggali informasi mengenai produk dan dapat menambah kebutuhan fungsional
5. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan untuk memasukkan informasi mengenai alamat agar penyampaian informasi dapat maksim