

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan maka dapat diambil kesimpulan mengenai video iklan sebagai media promosi pada Candutawa Cafe menggunakan teknik *Live Shoot* sebagai berikut:

- 1) Pembuatan Video Iklan Candutawa Cafe dengan metode *Live Shoot* melewati 3 tahap, yaitu tahap Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Teknik ini digabungkan dengan teknik *Slow Motion* dan *Motion Graphic* serta didukung dengan *Hardware* dan *Software* yang tepat sehingga menghasilkan Video Iklan yang sesuai harapan
- 2) Video Iklan ditayangkan pada Akun Instagram Candutawa Cafe dan telah menjangkau sebanyak 42,43% *Followers* yang didominasi oleh *Viewers* di rentang usia 13-35 tahun
- 3) Video Iklan telah layak ditayangkan berdasarkan hasil perhitungan pendapat responden yang dihitung dengan menggunakan Skala Likert dengan nilai 92% atau masuk dalam Kategori Sangat Baik

5.2 Saran

Berkaitan dengan proses pembuatan video ini yang masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu ada beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya yaitu:

- 1) Penayangan Iklan pada Akun Instagram sebaiknya dibarengi dengan penayangan informasi Video Iklan melalui media lain seperti Facebook, Youtube Short ataupun Whatsapp Blast sehingga dapat menarik *Viewers* diluar *Followers* yang ada pada Akun Instagram, sehingga jumlah *Followers* dapat bertambah melalui akses Media Sosial lainnya.
- 2) Sebelum membuat Video Iklan, sebaiknya dibuat *survey* sederhana dengan kostumer sebagai responden terlebih dahulu, untuk mendapatkan tambahan data mengenai ide-ide video iklan seperti apa yang disukai konsumen pada saat ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan pada pembuatan video iklan promosi ini, oleh karena itu penulis akan menerima dengan lapang dada dan sangat berterima kasih atas segala kritik serta saran yang diberikan untuk pembuatan video iklan layanan masyarakat yang lebih baik di kemudian hari.