

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dilakukan selama proses pembuatan video iklan Susu Segar Shi Boss, dapat disimpulkan bahwa :

1. Video iklan ini dapat memasarkan Susu Segar Shi Boss lebih luas lagi karena dapat terhubung keseluruhan masyarakat yang mempunyai media sosial.
2. Video iklan Susu Segar Shi Boss berdurasi 60 detik menggunakan Teknik *LiveShoot* dan *Motion Graphic* yang diupload di media sosial Instagram @sususegar.shiboss
3. Video di upload di Instagram dengan posisi Landscape
4. Perancangan video menggunakan tahap pra-produksi, produksi dan pasca produksi
5. Melalui kuesioner, dapat diambil penilaian bahwa factor informasi yang telah dihitung menghasilkan nilai rata-rata 86,28% dengan kategori penilaian sangat Setuju.

5.2. Saran

Selama proses pembuatan video iklan Susu Segar Shi Boss terdapat beberapa saran yang disampaikan. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan video iklan diantaranya :

1. Video promosi harus lebih Informatif
2. Pengambilan gambar dalam *live shoot* harus lebih banyak dan kreatif karena mempunyai sasaran konsumen lebih luas
3. Mematangkan konsep, naskah, dan *storyboard* karena akan digunakan sebagai acuan selama proses produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.
4. Perbanyak referensi *motion graphic* agar dapat menciptakan yang lebih menarik lagi.

