

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan dan pembuatan video Kemala Gemstone adalah sebagai berikut :

1. Perancangan video promosi menggunakan tiga tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi
 - Pada tahap pra produksi dihasilkan perancangan pembuatan video mulai dari pengumpulan data, penentuan ide, Rancangan Naskah video, merancang *storyboard*. Tahap ini menjadi pedoman dalam pelaksanaan proses selanjutnya yaitu tahap produksi dan pasca produksi.
 - Pada tahap produksi, dimulai dari persiapan alat yang digunakan, setting kamera, pemilihan lokasi yang sesuai, rehearsal atau persiapan sebelum menjalankan shooting, pengaturan pencahayaan, dan apabila sudah siap, kegiatan dilanjutkan sesuai jadwal kegiatan yang sudah ditentukan.
 - Pada tahap pasca produksi, proses editing gambar dan suara yang dilakukan menghasilkan video yang biasa digunakan untuk media promosi oleh Kemala Gemstone.
 - Pada tahap analisis, telah membantu untuk menemukan beberapa sumber masalah yang dihadapi oleh Kemala Gemstone yaitu

dengan tidak adanya media promosi sehingga masyarakat belum banyak mengetahui Kemala Gemstone.

2. Kegiatan ini menghasilkan video untuk mempromosikan Kemala Gemstone dengan durasi sekitar 4 menit yang ditayangkan pada sosial media seperti facebook dan youtube..
3. Dari hasil skala likert (kuisisioner) yang didapat, peneliti menyimpulkan bahwa konsumen lebih tertarik dengan adanya video promosi Kemala Gemstone, selain itu dengan adanya pesan - pesan yang ditampilkan pada video promosi Kemala Gemstone, dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat akan potensi dari batu mulia / batu akik yang terdapat di setiap daerah serta perlunya peran penting dari sebuah promosi yang baik, agar daya tarik dan minat konsumen lebih tinggi.

5.2 Saran

Beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan video selanjutnya :

1. Konsep, naskah, *storyboard* yang telah dibuat harus menjadi acuan dalam pengimplementasian *visual effect* dan *animasi stopmotion*. Pada saat pengambilan gambar, video disesuaikan dengan momen yang ada seperti halnya keceriaan, keadaan lokasi, dan ekspresi talent.
2. Agar tidak terjadi kendala saat proses produksi sebaiknya jadwal saat produksi disiapkan dengan matang saat shooting berlangsung.

3. Proses pembuatan video promosi sebaiknya dikerjakan oleh beberapa orang yang sudah ahli dalam bidangnya seperti beberapa orang yang ahli dalam pengambilan gambar atau dalam pembuatan animasi
4. Bagi peneliti lain, dalam mengatur efektifitas sebuah video hendaknya memilih promosi yang sesuai dengan waktu penelitian atau masih aktual. Sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain diluar video tersebut yang menjadi pertimbangan *audiences* dalam menilai

