

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video iklan Mie Ayam Cak Nonang, dapat disimpulkan bahwa :

1. Cara Pengimplementasian video iklan sebagai media promosi dari Mie Ayam Cak Nonang adalah dengan memproduksi video dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi kemudian setelah proses selesai, video tersebut kemudian dirender, hasil render akhir video di tayangkan di semua media sosial.
2. Gambar yang ditampilkan dalam iklan sesuai dalam poin-poin yang akan digunakan dalam periklanan.
3. Melalui hasil kuisioner didapatkan hasil akhir berupa perhitungan kuisioner dengan menggunakan skala likert sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Aspek Informasi

Kesimpulan dilihat dari Aspek Informasi didapat bahwa rata-rata 83 % menunjukan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek informasinya.

2. Aspek Multimedia

Kesimpulan dilihat dari Aspek Multimedia didapat bahwa rata-rata 84 % menunjukan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video ini dilihat dari aspek multimedianya.

4. Berdasarkan dari data yang diperoleh dari hasil quisoner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis *time lapse* dan *liveshoot* ini dapat menjadi alternatif lain untuk media pemasaran selain dari media promosi yang lama.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Sajian menu yang dihidangkan ketika di video belum semua di pakai, lebih baik ketika membuat iklan semua hidangan di gunakan semua agar lebih menarik lagi.
2. Literatur tentang video iklan lebih diperbanyak agar video iklan dapat maksimal.
3. Pertanyaan ketika wawancara lebih diperbanyak lagi dan lebih di perdalam maknanya.