

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang dikerjakan selama pembuatan video iklan Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh, Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Pengimplementasian pada video iklan sebagai media promosi dari Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh adalah dengan memproduksi video dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi dan setelah semua proses telah selesai dilakukan, video yang sudah dibuat akan ditayangkan pada platform Instagram Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh untuk menarik minat pelanggan dan juga mampu untuk bersaing pada bidang pemasaran melalui media sosial.
2. Dengan adanya informasi yang disajikan oleh video iklan promosi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh, dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan menaikan pendapatan objek penelitian tersebut. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik live shoot dan sinematografi sebagai pengemasan sebuah hasil karya video iklan yang menarik dari segi visual, suara, serta penyampaian pesan dari video sebuah video.
3. Dengan melakukan kuisisioner, penulis mendapatkan berbagai tanggapan responden apakah video iklan promosi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh ini sudah layak atau tidak dimata masyarakat. Dan hasil kuisisioner dengan menggunakan skala likert didapatkan hasil akhir berupa perhitungan sebagai berikut:

- a. Aspek Informasi

Dari Aspek Informasi didapatkan bahwa 129,6% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju

dengan video iklan promosi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.

b. Aspek Multimedia

Dari Aspek Multimedia didapatkan bahwa 134,3% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju dengan video iklan promosi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.

5.2 Saran

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

1. Produk yang ditampilkan dalam video ini belum semuanya ditampilkan, alangkah baiknya dalam membuat video iklan seluruh produk dapat ditampilkan agar lebih menarik dan dapat menginformasikan kepada seluruh masyarakat.
2. Pengolahan backsound yang lebih rapi dan tertata agar suara lebih jelas dan dapat menyesuaikan video sesuai teknik pembuatan sinematografi.
3. Memperbanyak pertanyaan dalam wawancara terhadap pemilik objek penelitian agar lebih banyak informasi yang diperoleh.

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 berterimakasih atas segala kritik serta saran yang diberikan untuk pembuatan video iklan promosi yang lain agar lebih baik dikemudian hari.