# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan peneliti dari hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap rancangan video iklan dengan menggunakan teknik b-roll dapat disimpulkan bahwa pada proses perancangan dengan menggunakan metode *design thinking* ini mampu menghasilkan video iklan yang mengimplementasikan teknik b-roll dengan tujuan memecahkan masalah di bidang promosi di era yang serba digital. Peneliti telah menemukan target yakni usia 21 – 35 tahun dikarnakan di usia tersebut banyak masyarakat yang merasa bahwasanya iklan yang sering muncul di sosial media sering membuatnya bosan dan sebagian masyarakat merasakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh moxie picture dibuktikan dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui kuisioner yang disebar secara online. Selanjutnya peneliti mulai menyusun konsep sesuai data yang di peroleh dengan membuat *treatment* dan *storyboard* untuk mempermudah pembuatan video tersebut, menentukan backsound, penentuan colorgrading, dan copywriting. Video ini dibuat dengan durasi waktu 1 menit berisi dengan adegan proses pemotretan mulai dari persiapan alat, sesi pemotretan hingga hasil foto ketika sudah selesai yang ditampilkan secara mozaik.

## 5.2 Saran

Terciptanya video iklan moxie picture dengan menggunakan teknik b-roll merupakan harapan yang baik untuk melakukan pemasaran dengan cara promosi di berbagai media sosial. Harapan selanjutnya video iklan dengan menggunakan teknik B-roll dapat dikembangkan lagi lebih baik dan lebih menarik dengan menerapkan pada objek yang berbeda seperti taman wisata, maupun tempat yang belum punya identitas namun layak untuk di iklankan.