

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan untuk pembuatan video *motion graphic* pada media sosial PT. DWI JAYA KEMASINDO sebagai berikut:

1. Durasi video iklan *motion graphic* adalah 33 detik, yang dipublikasikan sementara oleh penulis di youtube dan media sosial Instagram dan akan dipublikasikan kembali oleh pihak PT. DWI JAYA KEMASINDO.
2. Teknik perancangan yang digunakan dalam pembuatan video motion graphic adalah teknik teknik *Kinetic Typography* dan teknik *Video Transition*.
3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh Pihak Ahli Multimedia serta Mahasiswa dan Masyarakat umum, penilaian Motion Graphic ini mendapatkan nilai Pihak Ahli multimedia (97,6%) dan Mahasiswa dan Masyarakat umum (82,96%) dengan kategori sangat valid dan sangat baik sehingga video iklan Motion graphic PT. DWI JAYA KEMASINDO dapat dan layak ditayangkan.

4. Penelitian hasil review tentang aspek tampilan dan informasi dari video ini kepada pihak PT. DWI JAYA KEMASINDO dinyatakan diterima.

5.2 Saran

Dalam penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan, saran yang ingin penulis sampaikan sebagai masukan untuk pengembangan media selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Soundtracknya kalau bisa yang jarang dipakai di kalangan video, biar lebih menarik aja.
2. Pada bagian box animasi sebaiknya gambar di perjelas lagi
3. Secara informasi penyampaiannya cukup baik, singkat dan padat. Secara animasi sederhana namun jelas atas apa yang ingin disampaikan, namun untuk alamat mungkin bisa di tambahkan lagi animasi kecil seperti peta untuk alamatnya disamping tulisan alamat..
4. Nada dari voice over terlalu rendah, mungkin bisa agak dinaikan suaranya biar lebih menarik.
5. Tingkatkan lagi elemen audio.
6. Tambahkan lagi animasinya.