

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi pada Le Travail Yogyakarta dengan mengimplementasikan teknik *2D Motion Tracking*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan video yang telah dilakukan dengan tahapan penelitian yang digunakan dapat menghasilkan video iklan dengan teknik *2D Motion Tracking* yang dapat disepakati dengan pihak dari Le Travail Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil pengujian *Alpa testing* dan *Beta Testing*, teknik *2D Motion Tracking* ini dapat disimpulkan bahwa semua poin kebutuhan untuk promosi telah terpenuhi.
3. Telah mengimplementasikan video *2D Motion Tracking* sebagai media promosi pada Le Travail Yogyakarta yang berdurasi 53 detik dan menggunakan *30 Fps*.
4. Video ini merupakan media penyampaian informasi mengenai 2 hal yang di bahas dalam mempromosikan Le Travail Yogyakarta yaitu pembuatan produk, dan penggunaan teknik *2D Motion Tracking*.

5.2. Saran

Pada pembuatan video ini tentu masih mempunyai banyak kekuranganyang perlu di sempurnakan lagi. Oleh Karena itu, beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Menambahkan detail *variasi footage* dalam pengambilan sudut video agar tidak monoton.
2. *Footage* menu dapat di tambahkan lagi beberapa side menu dari *café* tersebut

3. Detail *footage* ambience dapat ditambahkan sebagai lagi *sebagai side ambience café* tersebut
4. Pemilihan *music background* dalam video harus diteliti kembali dengan tepat di beberapa platform agar tidak terblokir.
5. Pengecekan secara rutin setelah proses upload video diplatform social media

