

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah Perancangan iklan animasi Pisang Monyet Yogyakarta memadukan teknik *motion graphic*, animasi 2D dengan obyek 3D sebagai media promosi selesai dibuat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tahapan pembuatan video iklan seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi yang terdiri dari pembahasan konsep, naskah iklan, *storyboard*, pengumpulan materi dan suara, pembuatan iklan *motion graphic*, animasi 2D, obyek 3D dan penayangan sangat penting dilakukan supaya bisa mengontrol daya imajinasi yang luas serta terealisasinya imajinasi sesuai dengan konsep yang ada.
2. Iklan dengan teknik *motion graphic* bisa lebih efektif dan pesan yang disampaikan lebih kuat dapat diterapkan prinsip dasar *motion graphics*, yaitu : *spatial, temporal, live action dan typographic* pada setiap *scene* dengan pengaturan komposisi layer dan obyek di *Adobe AfterEffect*.
3. Teknik *motion graphic* merupakan solusi yang tepat untuk profesional *graphic designer* dalam pembuatan desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi, dan internet. Selain itu, penggunaan teknik *motion graphic* yang sesuai dengan prinsip dasar *motion graphic* bisa lebih efektif untuk menyampaikan pesan dan sanggup menarik minat masyarakat untuk menontonnya terutama pada bagian yang tidak mungkin atau sulit dilakukan manusia.

## 5.2 Saran

Dengan membaca skripsi ini diharapkan dapat memperoleh manfaat, baik hanya melalui langkah membuat video dengan teknik *motion graphic* maupun secara umum. Beberapa saran dari peneliti antara lain :

1. Pada proses pembuatan video iklan, peneliti mengharapkan para *graphic designer* melakukan tahap-tahapan membuat iklan dengan menerapkan konsep kreatif , yaitu mulai dari pengumpulan data dan menganalisis *strenghts, weaknesses, opportunities, dan threats* dari obyek penelitian utama dan kompetitor produk, serta melakukan tahap-tahap pembuatan video iklan *motion graphic* dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar *motion graphic* agar dapat mengendalikan daya imajinasi dan kreatifitas yang luas serta video iklan lebih terkonsep, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada penonton.
2. Diharapkan rumah produksi periklanan lebih bisa menggunakan daya kreatifitas dalam membuat iklan karena dengan memasukan elemen *multimedia* seperti animasi dengan didukung *motion graphic* dapat menarik minat anak-anak dan generasi muda untuk menonton dan menerima pesan yang disampaikan.