

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pembuatan iklan promosi VJ Transport yang menggunakan teknik animasi 2D motion graphic ini diperoleh kesimpulan.

1. Dalam pengerjaan iklan ini tidak banyak menghabiskan waktu dikarenakan dalam pengambilan footage atau foto kami mengambil dari google. *Footage* atau foto tersebut kami *sketch* (teknik vector) di Corel Draw X7. Kemudian, hasil *sketch* (teknik vektor) tersebut kami jadikan satu Adobe After Effect cc 2017 dengan teknik motion graphic (frame by frame).
2. Prosedur dalam pembuatan iklan promosi telah melalui beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi sehingga dapat terselesaikan sesuai dengan tahapan yang dibuat. Setiap tahapan dilaksanakan semaksimal mungkin karena iklan promosi merupakan sebuah media yang menuntut kecermatan dan ketepatan dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan narator karena dalam penyampaian pesan dibutuhkan bahasa yang baik, penyesuaian intonasi yang harus sesuai dengan pengucapan dan teknik penulisan visualisasi yang pas dan menarik agar saat diperdengarkan bisa memikat dan menarik perhatian konsumen. Dengan begitu iklan animasi yang kami buat dapat menarik wisatawan dan konsumen agar tertarik menggunakan jasa persewaan mobil dari VJ Transport.
3. Grafik Persewaan Mobil Selama Tahun 2020

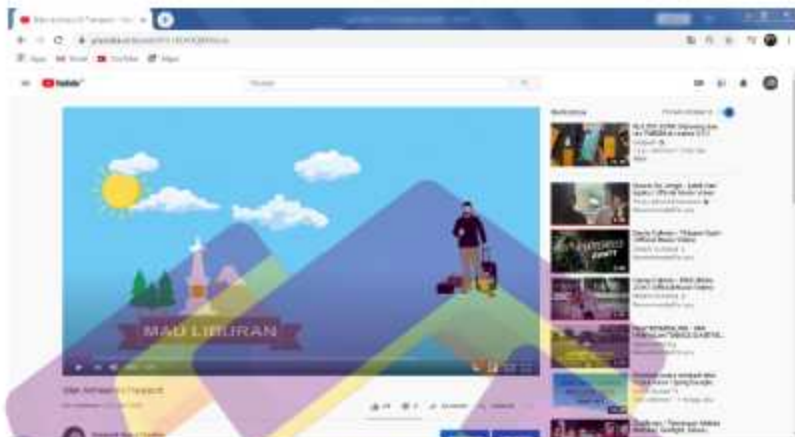


Gambar 5.1 Sebelum video animasi jadi



Gambar 5.2 Sesudah video animasi jadi

4. Perkembangan Video Diyoutube



Gambar 5.3 Jumlah penonton diyoutube



Gambar 5.4 Tanggapan dari masyarakat



Gambar 5.5 Tanggapan dari masyarakat

5.2 Saran

Setelah iklan ini dipublikasi di media sosial seperti *Youtube*, *Facebook* dan *Instagram* milik VJ Transport semoga langsung mendapat respon dari masyarakat, contohnya seperti masyarakat sudah menanti sekian lama update informasi terbaru dari VJ Transport baik dari persediaan mobil dan harga terbaru yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya iklan ini memberikan pengetahuan dan informasi terbaru yang diinginkan oleh masyarakat. Karena itu penting bagi perusahaan untuk melihat jangkauan, frekuensi, dan dampak dari iklan yang digunakan. Perusahaan juga harus memperhatikan media promosi lainnya selain iklan dan poster agar masyarakat yang awam akan teknologi dapat mengetahuinya dan dapat diterima. Untuk tetap menjaga kepercayaan dari setiap konsumen, perusahaan diharapkan

senantiasa menjaga pelayanan serta kualitas mobil yang ditawarkan agar kepuasan dan loyalitas konsumen tetap terjaga dengan baik. Melakukan kerja sama yang lebih baik agar tercipta keterikatan antara perusahaan dengan pelanggan, antar perusahaan yang saling bekerja sama dengan mengadakan pertemuan rutin untuk membahas dan mengevaluasi kegiatan promosi baik iklan dan promosi penjualan yang telah dilakukan sebelumnya apakah sudah berjalan dengan efektif dan efisien

