

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari uraian penjelasan keseluruhan materi pada penulisan tugas akhir ini dapat diambil kesimpulan bahwa dalam “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan Teknik Motion Graphic 2D”. Penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. Dalam “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan Teknik *Motion Graphic 2D*” membutuhkan tiga tahapan penting yaitu :  
  
Tahap Pra-Produksi : Mempersiapkan konsep, pembuatan *Storyboard*, naskah, dan desain objek gambar.  
  
Tahap Produksi : Menggunakan Adobe After Effect CS 6 untuk proses penganimasian dan Adobe Audition untuk merekam narasi.  
  
Tahap Pasca Produksi : Tahap akhir menggunakan Adobe Premier CS 6 untuk proses rendering menjadi file MP4 dengan 25 fps.
2. Video Media Promosi *Motion Graphic 2D* berdurasi 40 detik.
3. Dalam “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan Teknik *Motion Graphic 2D*” bertujuan untuk bisa memperkenalkan Vape Store Taste Lab kepada kalangan

masyarakat yang lebih luas dan menjelaskan apa itu Vape dan komponen di dalamnya.

4. Hasil dari pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab sudah bisa dilihat di media social sebagai berikut :

YouTube : <https://youtu.be/0PeaYPANFk0>

Instagram : @Tastelab

Facebook :

<https://www.facebook.com/tastelabyogya.16?fref=ts>

5. Hasil pengujian questioner pada iklan menggunakan metode skala likert di peroleh hasil 71,94% “Menarik”.

## 5.2 Saran

Dari penulis setelah mengerjakan Tugas Akhir “Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan Teknik Motion Graphic 2D” sebaiknya dalam membuat Media Promosi Motion Graphic 2D yang harus diperhatikan adalah Konsep, dalam membuat Media Promosi yang baik dan benar, sebaik di awali dengan pemunculan masalah, solusi dari masalah tersebut, menampilkan keunggulan dari produk yang di jual dan memberi pengertian tentang produk yang dijual.

Dalam merancang iklan animasi harus benar-benar memperhatikan strategi-strategi periklanan , yaitu :

1. Cerita pada iklan harus lebih kreatif dan sesuai porsi, mengingat iklan akan di lihat oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya pada usia 20 tahun keatas
2. Pemilihan efek suara harus sesuai, agar tidak hanya nyaman di lihat tetapi dari segi suara juga nyaman didengarkan.
3. Penambahan adegan yang menarik pada iklan, agar masyarakat tertarik melihat produk pada iklan.

