

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil kesimpulan untuk pembuatan Video Motion Graphic Media Sarana Promosi Di We Stay Jogja House Operator Jogjakarta sebagai berikut :

1. Durasi video promosi motion graphic adalah 1 menit, yang sudah dipublikasikan oleh penulis di youtube, facebook, dan Instagram.
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh beberapa *netizen*, yang hobi *traveller* maupun yang tidak, dengan nilai 64.6 % dari angka 69 % dengan kategori Baik, dan untuk pihak Multimedia Content Production ialah 4.2 dari angka 5, sehingga video promosi Motion Graphic We Stay Jogja dapat dan layak ditayangkan.

5.2 Saran

Pada pembuatan video promosi ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki lagi. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan oleh penulis antara lain :

1. Memperbanyak referensi untuk meningkatkan kualitas tampilan dan juga motion graphic.
2. Penyesuaian antara narasi dan juga gerakan pada video harus tepat.
3. Masukkan *Value* dari yang dibuat dan lebih ditonjolkan.