

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan untuk pembuatan video *motion graphic* pada media sosial Studio Kenyang sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini penulis menggunakan metode utama *motion graphic* yakni *Parallax Animation* dan *Kinetic Typography* serta beberapa metode tambahan diantaranya *Easy Ease*, *Easy Ease In* dan *Easy Ease Out* untuk menghaluskan pergerakan animasi.
2. Durasi video iklan *motion graphic* adalah 1 menit 15 detik, yang dipublikasikan sementara oleh penulis di www.youtube.com dan media sosial Facebook dan Instagram dan akan dipublikasikan kembali oleh pihak Studio Kenyang.
3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh pihak ahli multimedia *content production* serta mahasiswa dan masyarakat umum, penilaian *motion graphic* ini mendapatkan nilai pihak ahli multimedia *content production* (93.1%), dan mahasiswa dan masyarakat umum (93,5%) dengan kategori sangat valid dan sangat baik sehingga video iklan *motion graphic* Studio Kenyang dapat dan layak ditayangkan.
4. Dari penelitian hasil *review* tentang aspek tampilan dan informasi dari video ini kepada pihak Studio Kenyang dinyatakan diterima.

5.2 Saran

Penulisan naskah skripsi ini tentu masih dapat kekurangan, setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini, beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai masukan untuk pengembangan media berikutnya sebagai berikut :

1. Pembuatan video *motion graphic* ini disarankan untuk lebih interaktif lagi.
2. Warna untuk pembuatan iklan lebih disesuaikan lagi seperti dibuat lebih cerah dan serasi.
3. Penulisan naskah skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan.
4. Sesuaikan dengan sasaran iklan. Jika sasaran juga berada di luar kota Manado, bisa menambahkan subtitle.
5. Pengucapan kata diperbaiki lagi.
6. Iklan lebih dipangkas durasinya atau dalam artian dipersingkat.
7. Jeda dalam narasi jangan terlalu lama.
8. Animasi ditambahkan lebih banyak agar bisa lebih menarik.