

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

*Motion graphic* ini dirancang sebagai media promosi mengenai informasi produk UMKM Dapoer Daffa, menggunakan aplikasi *Procreate* pada *Ipad* sebagai pembuatan aset desain grafis dan *software* dari *Adobe Creative Cloud* seperti *After effects*, dan *Premiere Pro*. Perancangan *motion graphic* sebagai media promosi pada UMKM Dapoer Daffa dilakukan melalui tahapan: *empathize, define, ideate, prototype, test*. Video berbasis *motion graphic* ini dirancang dengan menerapkan metode *Design Thinking*. Dalam tahap awal. Peneliti melakukan permasalahan melalui observasi, wawancara, serta kuesioner. Selanjutnya pada tahap *define*, peneliti merumuskan hasil data yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya dengan mengidentifikasi permasalahan menggunakan SWOT yang kemudian menjadi sebuah urgensi untuk merancang media ini. Diikuti oleh tahap *ideate*, dimana peneliti merancang konsep kreatif, storyline, *Storyboard*, dan penggunaan elemen grafis yang tepat. Material yang diperlukan, seperti ilustrasi, gambar, audio, dan aset lainnya, dikumpulkan pada tahap *prototype*. Proses *motion graphic* dilakukan menggunakan *Adobe After Effects*, dilanjut tahap editing menggunakan *Premiere Pro 2019*.

Setelah seluruh tahap perancangan media selesai, selanjutnya peneliti menguji kelayakan disebar kepada responden dengan kriteria warga Kabupaten Karawang Barata dengan rentang usia 21-40 tahun. Video promosi berbasis *motion graphic* ini didistribusikan kepada pihak Dapoer Daffa dilakukan melalui *platform Instagram*. Penilaian terhadap media promosi berbasis *motion graphic* ini mendapat respon positif dari hasil kuesioner yang disebar. Tanggapan dari responden dikategorikan ‘Sangat Layak’. Hal ini menandakan bahwa penerimaan yang baik dari audiens, dan menegaskan bahwa *motion graphic* ini dapat digunakan sebagai media promosi mengenai informasi produk UMKM Dapoer Daffa.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, pelaksanaan penelitian ini memiliki implikasi yaitu sebagai sarana media promosi mengenai informasi produk. Perancangan *motion graphic* yang menghasilkan media dalam pengenalan terhadap kesadaran merek UMKM Dapoer Daffa. Desain *motion graphic* bertujuan sebagai opsi media yang beragam untuk sumber informasi mengenai produk UMKM Dapoer Daffa di Kabupaten Karawang Barat. Berdasarkan penerapannya, penggunaan *motion graphic* diharapkan dapat menjadi media informasi yang menarik sebagai video promosi dengan tampilan yang tidak membosankan.

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian dan desain media yang telah dirancang, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Mengingat topik yang tersaji dalam *motion graphic* ini masih terbatas pada satu pembahasan. Maka dari itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat membuat suatu perancangan media yang mencakup media promosi yang lebih kompleks.
2. Topik yang tersaji dalam *motion graphic* ini memiliki keterbatasan dalam durasi, yaitu 1 menit. Maka dari itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat membuat suatu perancangan *motion graphic* dengan alur cerita yang lebih menarik
3. Adapun keterbatasan peneliti dalam ruang lingkup. Maka dari itu, diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat membuat suatu perancangan media promosi dengan ruang lingkup yang lebih luas, sehingga tujuan dan manfaat dari adanya penelitian ini akan berdampak lebih besar sehingga menghasilkan kesimpulan yang kuat.