

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, penelitian dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Telah dirancang dan dibuat video *motion graphic* dengan promosi Produk Bank Mayapada Cabang Batam *motion graphic*, penulis melakukan beberapa tahapan yaitu: melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada, mendesain *storyboard*, mengumpulkan bahan berupa *background music* dan *sound effect*, menentukan alur video, merancang promosi produk Bank Mayapada Cabang Batam sesuai dengan *storyboard*, serta melakukan pengujian terhadap nasabah yang dirancang dalam penelitian ini. Telah dirancang video *motion graphic* maka dalam video tersebut menjelaskan produk yang dipromosikan Bank Mayapada Cabang Batam yaitu produk My Saving, My Depo, Simpel dan Tabunganku.
2. Berdasarkan dari pengisian kuesioner diatas, dapat dibuktikan dari penilaian pimpinan dan penonton, video animasi tersebut mendapatkan kelayakan 82% dari pimpinan dan 84% dari penonton. Hasil implementasi menyatakan bahwa media promosi produk Bank Mayapada Cabang Batam berbasis *motion graphic* di katakan “Layak” Digunakan sebagai media.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan, antara lain :

1. Penulis kedepannya agar memperhatikan bagian *font* dan suara agar memberikan kesan lebih semangat, serta meningkatkan dalam penggerakan animasi agar lebih halus.
2. Untuk animasi *motion graphic* pada promosi produk Bank Mayapada Cabang Batam perlu lebih dikembangkan lagi agar lebih menarik dan objektif. Untuk penggambaran karakter lebih disempurnakan lagi
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan menerapkan media promosi menggunakan *motion graphi*, serta akan lebih baik lagi jika ditambahkan produk baru yang akan diluncurkan oleh Bank Mayapada, sehingga dalam media lebih interaktif.
4. Untuk animasi *motion graphic* agar bisa menambahkan subtitle agar dalam video tersebut lebih bagus lagi, supaya ketika suara video kecil dari subtitle ini yang dapat membantu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. P. B. (2018). *Rancang Bangun Media Promosi Tempat Wisata Kabupaten Temanggung Berbasis Multimedia*.
- Aji, T. A., & Nugraha, B. S. (2019). Implementasi Video Motion Graphics Untuk Promosi Di CV Multi Teknik Engineering. *SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat, 2018*, 356–363.
- Ali, M. C., & Siahaan, A. U. (2021). Media Promosi Gudnyus.id Berbasis Motion Graphic. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 5(1), 76–84. <https://doi.org/10.30871/jamn.v5i1.2662>
- Amali, L. N., Zees, N., & Suhada, S. (2020). Motion Graphic Animation Video As Alternative Learning Media. *Jambura Journal of Informatics*, 2(1). <https://doi.org/10.37905/jji.v2i1.4640>
- Amri, K., Quratul'aini, I., & Julianty, J. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 31–41. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.459>
- Ariyanto, K. M., Zainudin M. N, A., & Aulia Fajar, A. (2020). Media Promosi Animasi Motion Graphic Pada Pt.Tirta Karya Buana. *MAVIB Journal*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.33050/mavib.v1i2.1068>
- Bintarto, J. (2020). Pemanfaatan Model 3 Dimensi Untuk Informasi Wisata Kota Medan (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage). *Proporsi : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 5(2), 209–216. <https://doi.org/10.22303/proporsi.5.2.2020.209-216>
- Eltika, T. Y., & Tanjung, M. S. B. (2019). *Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto*. 1–19.
- Fanny, Sugianta Ovinus Ginting, A. H. H. (2020). Simple Random Sampling. *Sampling Algorithms*, 41–62. [https://doi.org/10.1007/0-387-34240-0\\_4](https://doi.org/10.1007/0-387-34240-0_4)
- Fathoni, K., Setiowati, Y., & Dzarrin, H. A. (2020). Aplikasi Promosi Bank Cimb Niaga Menggunakan Mobile Augmented Reality. *Technologia: Jurnal Ilmiah*,

- 11(1), 17. <https://doi.org/10.31602/tji.v11i1.2690>
- Fecher, T. (2017). Motion Graphics Design Academy Free Edition Ebook.
- GraceWilhelmina L1, A. (2019). Perpustakaan Padang Panjang Untuk Anak Melalui Media Motion Graphic. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipa*, 8(September), 180–189.
- Huznul Khatima Rahmat, Sukarman, M. S. (2022). Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya. *Jurnal Citrakara*, 4(1), 62–81.
- Jogatama Purhita, E., Silvi Rahmawati, A., & Hamdanu Budi Nurmana Slamet, A. (2022). Perancangan Video Digital Motion Graphic 2D untuk Promosi Perpustakaan Menggunakan HMDM. *Pixel : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 15(1), 206–218. <https://doi.org/10.51903/pixel.v15i1.774>
- Kadiasti, R., Shila Utami, T. R., & Patrianto, T. H. (2019). IbM Pengembangan Promosi Kampung Bandeng di Kelurahan Krobokan Semarang melalui Video Animasi Stopmotion. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.33633/ja.v2i1.20>
- Kusumadinata, A. A., Ike Atikah Ratnamulyani, & Muhamad Rendi Nurmansyah. (2019). Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial. *Communications*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.21009/communications.1.2.4>
- Lestyowati, J. (2019). Analisis Pengaruh Dimensi Brand Image Terhadap Brand Image Dan Persepsi Pengguna Kemenkeu Corpu. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 12(2), 59–73. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v12i2.360>
- Manurung, F., & Albar, D. (2022). Video Motion Graphic Sosialisasi Peran Orang Tua Dalam Pembelajaran Daring. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 2(2), 143–159. <https://doi.org/10.34010/divagatra.v2i2.8138>
- Muhammad, H., & Sari, N. P. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Perisai : Islamic*

- Banking and Finance Journal*, 4(2), 113–125.  
<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.868>
- Nastiti, M. D., Mustaziri, & Tompunu, A. N. (2021). Animasi 2D ( Motion Graphic ) Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Etika Profesi. *Jurnal EL Sains*, 3(1), 37–42.
- Novitasari, F., Djahir, Y., & Fatimah, S. (2018). Pengaruh Media Adobe Illustrator Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ekonomi di SMA Srijaya Negara. *Profit*, 2(1), 59–67.
- Pasha, M. G., & Ruslan, A. (2020). Perancangan Motion Graphic Pengenalan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur Melalui Animasi 2D. *Pantarei*. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/610>
- Pradila, M., & Prasetyaningsih, S. (2021). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Profil EO Batam Pos. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 5(1), 64–75. <https://doi.org/10.30871/jamn.v5i1.2532>
- Putra, A., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Produk Tabungan Cempaka Mitra Nagari Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Simpang Haru*. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/nwr8y>
- Rara Riezka Hidayati, D. M. (2018). Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Batang Kapas Pesisir Selatan. *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, 1–17.
- Rizal, M., Syafar, A. M., & Zuhaer, H. (2019). Perancangan Company Profile Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi Klinik Hilal Medika Makassar. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknik Informatika (SENSITIF) 2019*, 981–987.
- Sari, I. P. (2019). Perancangan Video Edukasi Animasi 2 Dimensi Berbasis Motion Graphic Mengenai Bahaya Zat Adiktif untuk Remaja. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 1(1), 43–52.  
<https://doi.org/10.17509/edsence.v1i1.17957>
- Shakila Syarifah, A. (2020). Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi Di Sosial Media. *Journal of Applied*

*Multimedia and Networking*, 4(2), 76–85.  
<https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2525>

Simanjuntak, R. A., & Deli. (2020). Studi Penerapan Animasi Dan Motion Graphic Dalam Meningkatkan Kualitas Iklan Digital. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 630–640.  
<http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>

Supriyadi, S. (2019). Pemanfaatan Plugin After Effect Untuk Produksi Film. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33–41. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5033>

Syaparuddin, S., & Elihami, E. (2020). Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Melalui Video pada Pembelajaran PKn di Sekolah Paket C. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 187–200.

Tanadi, L., & Santoso, F. (2021). Studi Gerak Animasi Cartoony Sebagai Perancangan Animasi Pendek Bertema Cyberbullying. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 3(3), 206–223. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i3.3886>