

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dijabarkan oleh peneliti dalam pembuatan iklan wisata Gunung Api Purba, antara lain sebagai berikut ini :

1. Pada pengerjaan iklan ini dapat disimpulkan bahwa tahapan sangat tergantung pada hasil pengambilan foto yang baik dan telah di tata penyusunannya agar nanti dapat mempermudah pengerjaan pada tahap pasca produksi.
2. Proses pasca produksi khususnya pada editing diperlukan penyetabilan tiap framenya agar lebih halus dan tidak goyang dengan menggunakan effect warp stabilizer, pada akhir tahapan video iklan ini.
3. Pada akhir tahapan yang menghasilkan video iklan dengan teknik hyperlase di dalamnya dengan durasi akhir video 45 detik serta video yang berformat MP4.

#### **8.2. Saran**

Peneliti berharap mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta dikemudian hari mampu menciptakan kembali teknik lainya yang lebih sempurna dan dapat mengembangkannya hingga memiliki kualitas yang lebih baik dan mampu bersaing dengan dunia industri.

Ada beberapa saran yang didapatkan selama pembuatan Iklan Gunung Api Purba, antara lain sebagai berikut :

1. Ide cerita harus lebih luas dan dikemas secara matang karena pada teknik Hyperlapse dan motion graphic ini akan sangat baik bila diterapkan juga ke dalam teknik – teknik video lainnya .
2. Coba untuk ditambahkan animasi 3D supaya menambah daya tarik yang lebih baik pada penerapan teknik hyperlapse ini.]

