

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan langkah-langkah yang telah dikerjakan selama proses pembuatan video promosi objek wisata Petungkriyono ini dan berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Penulis menyimpulkan bahwa :

1. Dalam pembuatan video promosi ini melalui tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, produksi dan paska produksi.
2. Dihasilkan video promosi objek wisata Petungkriyono Sebagai Media Informasi wisata alam.
3. Video promosi objek wisata Petungkriyono menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan Teknik *Simple Shoot* berdurasi 5 menit 25 detik untuk di upload di Youtube dan 50 detik untuk di upload di Instagram.

5.2 Saran

Beberapa hal yang masih menjadi kekurangan dalam video promosi ini memang terbilang banyak, hal tersebut perlu dikupas lebih dalam lagi. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang diberikan oleh penulis yaitu :

1. Dalam hal pembuatan video promosi ini, suatu informasi yaitu khususnya dibidang promosi video tidak cukup hanya sekedar dinilai dari kualitas produk, akan tetapi juga harus memperhatikan peluang pasar (konsumen).
2. Dengan adanya teknik motion graphic dan simple shoot mungkin dapat dibuat lebih baik lagi.
3. Video promosi harus lebih informatif.
4. Visualisasi dari fasilitas yang ada belum tersampaikan secara menyeluruh.
5. Pengambilan gambar harus lebih banyak dan kreatif karena mempunyai sasaran konsumen yang luas.