

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian perancangan video promosi menggunakan teknologi visualisasi pemetaan 3D Goa Cerme, dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Merancang video promosi menggunakan teknologi visualisasi pemetaan 3D untuk menarik minat wisatawan mengunjungi Goa Cerme melibatkan pemanfaatan model 3D yang akurat dan realistis, yang menggambarkan keindahan dan detail gua secara mendalam. Penggabungan visualisasi 3D dengan elemen audio, seperti suara alam, menciptakan pengalaman yang imersif dan autentik bagi penonton. Video ini juga dirancang untuk memberikan informasi yang jelas dan edukatif tentang Goa Cerme, sehingga tidak hanya menarik minat tetapi juga meningkatkan kesadaran wisatawan. Distribusi melalui platform media sosial seperti Instagram, dengan strategi yang tepat, memastikan video mencapai target *audiens* yang lebih luas. Pengujian dan evaluasi menyeluruh dilakukan untuk memastikan video ini efektif dalam memenuhi tujuannya, sehingga dapat berhasil mempromosikan Goa Cerme sebagai destinasi wisata unggulan.
2. Berdasarkan analisis *feedback* dari komentar dan *reply* yang seluruhnya menunjukkan respons positif, dapat disimpulkan bahwa video promosi ini sangat efektif dalam menarik minat penonton terhadap Goa Cerme. Komentar-komentar yang penuh apresiasi menunjukkan bahwa visualisasi, informasi, dan penyampaian dalam video berhasil menarik perhatian dan membangkitkan keinginan untuk mengunjungi Goa Cerme. Efektivitas video ini tercermin dalam antusiasme penonton, yang menunjukkan minat tinggi dan ketertarikan yang meningkat terhadap destinasi wisata tersebut, sehingga video ini berhasil mencapai tujuan promosinya dengan baik.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian perancangan video promosi menggunakan teknologi visualisasi pemetaan 3D Goa Cerme, dapat diambil beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Pengembangan fitur interaktif seperti *virtual tour* menggunakan AR/VR untuk pengalaman wisata yang lebih mendalam.
2. Memperluas pengujian efektivitas video pada segmen *audiens* yang berbeda, seperti wisatawan *asing* dan berbagai kelompok usia.
3. Eksplorasi distribusi video promosi melalui berbagai platform digital lainnya seperti YouTube, Facebook, dan situs web wisata untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

