

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Teknik *motion graphic* dalam program promosi digunakan untuk menciptakan visual yang menarik, informatif, dan imersif dengan meletakkan elemen-elemen seperti gerakan, tipografi, dan efek animasi. Penerapan teori *match on action*, *motion graphic*, *video mapping*, dan *typhography* berperan penting dalam memastikan kontinuitas, estetika, dan daya tarik sebuah visual. *Match on action* menjaga kesinambungan gerakan antar *shot* sehingga alur visual tetap halus, sementara *motion graphic* menciptakan ilusi gerak melalui teknologi animasi dan audio untuk menghasilkan output media yang menarik. *Video mapping* menambahkan dimensi yang imersif dengan proyeksi bervisual serta dinamis, memungkinkan representasi kreatif dari destinasi wisata melalui perjalanan visual dengan musik dan bernarasi, selain itu, *typhography* memperkuat identitas visual, menyampaikan informasi penting, selaras dengan elemen-elemen di video. Kombinasi teknik-teknik ini menghasilkan video promosi yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga memberikan pengalaman sinematik yang mampu menarik perhatian penonton sekaligus memperkuat daya tarik destinasi wisata.

5.2 Saran

Dari hasil produksi dan pengalaman pada karya program iklan ini yang berperan sebagai editor, ada beberapa saran yang bisa diterapkan untuk menjadi seorang editor dalam mengimplementasikan teknik *motion graphic*:

1. Lebih mengembangkan referensi mengenai teknik-teknik penggunaan *motion graphic* pada program promosi supaya dapat

memberikan banyak gambar baru bagi editor,

2. Rutin mengembangkan keahlian penggunaan teknik *motion graphic* terutama pada penggunaan pergerakan animasi serta penggunaan *keyframe*.
3. Kurangnya pengambilan *footage* disaat penyuntingan wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dikarenakan kekurangan alat penyuntingan sehingga mengakibatkan hanya memiliki satu *point of view*.

