

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan pada bab – bab sebelumnya, maka dalam pembuatan iklan video promosi Visitnesia tour and travel menggunakan teknik *motion graphic* versi Bahasa Inggris, maka dari itu penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video promosi Visitnesia terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu:
 - a. Pra Produksi, yang mana dalam tahapan ini meliputi perancangan ide cerita, *BrainStorming* untuk memecahkan solusi, menyusun *concept* dan juga pembuatan *storyboard*. Yang mana dalam pembuatan ide cerita dan *storyboard* menghasilkan 7 *scene*.
 - b. Produksi meliputi proses *drawing* (penggambaran) dan *coloring* (pewarnaan) dengan menggunakan *software* CorelDraw X7, pembuatan layer dengan *adobe Photoshop CS6*, serta proses *dubbing* (perekaman suara), *sound editing* (pengeditan suara) yang menggunakan *software Adobe Audition CS6* yang menghasilkan 4 suara hasil *dubbing*.
 - c. Pasca Produksi, yang dimana didalamnya meliputi penganimasian dan penggerakan objek vector yang telah dibuat menggunakan *software* After Effect CS6. Sebelum proses rendering penulis menggabungkan antara *scene* satu dengan yang lainnya, lalu memasukkan *backsound*, *sound effect* dan suara hasil *dubbing*, dan

yang terakhir adalah proses rendering itu sendiri yang diolah dengan menggunakan software Adobe After Effect CS6.

2. Adapun beberapa hasil akhir yang diperoleh dalam pembuatan video promosi Visitnesia tour dan travel, dengan meliputi tahapan produksi dan pasca produksi sebagai berikut:
 - a. Pada tahap produksi, hasil akhir yang didapat dalam pembuatan video promosi Visitnesia tour dan travel ini adalah berupa gambar yang berekstensi *.png yang sebelumnya telah dibuat dengan software CorelDraw X7. Dan disusun menjadi beberapa layer dengan menggunakan Adobe Photoshop CS6 berekstensi *.psd, serta terdapat file audio dubbing berjumlah 4 yang sebelumnya telah dibuat dengan Adobe Audition CS6.
 - b. Pada tahap pasca produksi, penulis mendapatkan hasil akhir yang berupa file video dalam bentuk eksistensi *.mp4. Dan berukuran 1280x720 dengan durasi 60 detik.
 - c. Masih dalam tahap pasca produksi, video yang sudah jadi selanjutnya di unggah di *Official Youtube* dan *Instagram Ads* milik Visitnesia.
3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis kepada masyarakat umum, ahli, warga domestic serta non domestic dapat disimpulkan bahwa, video promosi ini masuk kedalam kriteria penilaian sangat baik dengan mendapatkan 92% dari masyarakat domestik, 85,2% dari ahli, 95,2%, 84,73% dari wisatawan non domestic. Sehingga video ini

sangat layak dan dapat ditayangkan ke *Official Youtube* dan *Instagram Ads* milik Visitnesia.

5.2. Saran

Didalam video promosi Visitnesia tour dan travel ini tentu saja masih memiliki kekurangan, dan bisa dikembangkan lebih dalam lagi. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan video promosi Visitnesia, yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Konsep, naskah, dan tema harus lebih rinci lagi agar antara rancangan dan hasil tidak terlalu melenceng jauh berbeda.
2. Dalam proses produksi dan pasca produksi, spesifikasi *hardware* dan *software* dalam proses dubbing (perekaman suara) harus mumpuni, karena hal itu dapat mempengaruhi hasil dan kinerja dalam proses penganimasian dan editing video.
3. Ukuran objek vector juga harus diperhatikan dan disesuaikan, karena ukuran dapat mempengaruhi kualitas video yang tengah dibuat.
4. Pendesainan objek vector juga harus memperhatikan pilihan warna dan gradasi yang pas, karena sangat berpengaruh terhadap ketertarikan *audience* saat menonton nantinya.
5. Video promosi Visitnesia tour dan travel ini dibuat dengan menggunakan teknik *motion graphic* ini, kedepannya dapat dikembangkan lagi dengan menggunakan teknik animasi 3D dan juga ditambah dengan *live shoot*.