

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan pada bab III maka pembuatan video iklan wisata Bukit Panguk Kediwung Yogyakarta menggunakan teknik *timelapse* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan untuk wisata Bukit Panguk Kediwung menggunakan teknik *timelapse* telah sesuai dengan *storyboard*,
2. Video iklan pada wisata Bukit Panguk Kediwung ini berdurasi 30 detik.
3. Melalui hasil quisioner didapatkan hasil akhir berupa perhitungan quisioner dengan menggunakan skala likert sehingga mendapatkan hasil rata-rata keseluruhan 87% menunjukkan responden kriteria sangat baik dengan video ini dilihat dari aspek informasi dan multimedianya.

Berdasarkan dari hasil quisioner dapat diketahui bahwa video iklan berbasis *timelapse* ini dapat menjadi alternatif lain untuk media promosi selain media promosi yang lama.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya, ada beberapa saran yang ingin disampaikan, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Perhitungkan kebutuhan seperti waktu, biaya, keperluan alat, serta ketentuan-ketentuan yang ada pada penelitian saat membuat judul.
2. Di dalam pembuatan konsep, *storyboard*, dan naskah membutuhkan perencanaan yang sangat matang agar video dapat lebih sempurna.
3. Pencahayaan yang kurang atau berlebihan, sehingga untuk kedepannya perlu diperhatikan aspek pencahayaan dan teknik penggunaan kamera pada saat pengambilan gambar.
4. Perlu diperhatikan kondisi alam pada wisata yang akan dijadikan sebagai objek penelitian.

Pembuatan video *timelapse* ini sebaiknya dilakukan secara kelompok atau kerja tim, untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan penghematan waktu pengerjaan. Karena dibutuhkan kemampuan orang lain untuk setiap bagian dalam proses pengerjaan video.