

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembuatan video yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan video iklan Gunung Dempo dengan teknik *live shot* dan *motion graphic* terdapat beberapa tahapan meliputi produksi seperti mengambil video *live shot*, pra produksi membuat naskah, story board menentukan lokasi, talent, kru produksi, dan pasca produksi adalah proses editing video, upload video, evaluasi.
2. Dari hasil perhitungan kuesioner dari skala likert didapati 97,2% orang yang menilai sangat baik.
3. Penggabungan antara *live shot* dan karakter *motion graphic* yang bertugas untuk memberikan informasi tentang tempat wisata.
4. Dari penelitian ini menghasilkan video iklan objek wisata Gunung Dempo yang berdurasi 2:04 detik.
5. Dari hasil uji kebutuhan informasi dengan hasil akhir, dapat di simpulkan bahwa semua kebutuhan informasi telah terpenuhi.

5.2 Saran

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis berharap agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan baik dari segi metode penelitian maupun produknya.

Adapun saran yang akan penulis berikan sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk membuat iklan yang lebih menarik agar dapat menambah jumlah pengunjung ke wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam.
2. Lebih memperhatikan dan meningkatkan intonasi suara pada bagian voice over agar informasi dapat lebih mudah dimengerti.

