

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan penjelasan yang telah diuraikan pada beberapa bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan promosi pada Wisata Alam Air Terjun Kedung Pedut memerlukan proses *shooting* berupa *live shoot* selama dua hari.
2. Pada tahap produksi syuting diperlukan satu buah kamera Canon DSLR 600D sebanyak satu buah beserta *tripod*.
3. Pembuatan objek grafis menggunakan *Adobe Illustrator CS6*, penganimasian menggunakan *Adobe After Effect CS6*, dan penggabungan *video* mentah menggunakan *Adobe Premiere Pro CS6*. Proses *editing* berlangsung selama satu bulan.
4. Pada tahap pasca produksi yaitu *rendering* membutuhkan waktu lima menit setelah menyatukan semua komponen yang telah dibuat.
5. Pada hasil kuisioner menyatakan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada kategori Baik dengan nilai rata-rata 7.5, kemudian kategori Cukup dengan nilai rata-rata 4.75 dan kategori Kurang dengan nilai rata-rata 0.75 sehingga iklan ini layak untuk dipublikasikan.
6. Iklan promosi pada Wisata Alam Air Terjun Kedung Pedut telah berhasil ditayangkan pada stasiun TV RBTv pada tanggal 15 November 2017 pada pukul 10:08:36 WIB.

## 5.2 Saran

Pada pembuatan *video* promosi ini masih mempunyai banyak kekurangan dan kesalahan yang perlu untuk lebih disempurnakan lagi. Oleh karena itu beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan *video* promosi selanjutnya :

1. Untuk menghasilkan hasil *video* yang bagus di lokasi wisata harus mempertimbangkan cuaca dan diutamakan selain hari libur nasional atau akhir pekan.
2. Memperbanyak *scene* yang diambil pada waktu syuting sehingga tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti kekurangan bahan *video* yang akan di *edit*.
3. Memperbanyak referensi untuk meningkatkan design karakter dan pergerakan animasi.

