

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, pembuatan IMPLEMENTASI TEKNIK *MASKING TRANSITION*, *TIME REMAPPING* DAN *TIMELAPSE* PADA IKLAN WISATA GUNUNG KIDUL, maka penulis dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pembuatan video di Instagram ini untuk memberikan informasi tentang tempat-tempat yang jarang di jelajahi oleh wisatawan yang ke gunung kidul agar bisa ke ekspose dan mejadi destinasi wisata.
- b. Pembuatan video ini dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.
- c. Dari hasil pengujian dengan jumlah responden 110 orang yang mengisi kuisioner yang saya bagikan, hasil perhitungan skala likert dengan persentase 89 %.
- d. Dari penelitian ini dihasilkan sebuah video iklan dengan durasi 60 detik.
- e. Video yang dihasilkan telah ditayangkan di Instagram Dinas Pariwisata Gunungkidul.
- f. Pihak dinas pariwisata atau pemilik pun ikut merasa puas akan hasil dari video iklan yang telah dibuat ini.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penyusunan skripsi ini , beberapa saran yang ingin penyusun sampaikan sebagai masukan pengembangan berikutnya sebagai berikut :

- a. Sebelum menerapkan Teknik Masking Transition, Time Remapping Dan Timelapse pada pengambilan gambar , pengguna harus memahami titik fokus objek yang akan menjadi acuan pusat.
- b. Pengambilan lebih di perhatikan agar pesan dapat disampaikan, dengan angle-angle yang tepat.
- c. Video iklan wisata yang dibuat oleh penulis ini masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu bagi yang bermaksud ingin mengembangkan video iklan wisata yang serupa diharapkan nantinya dapat diberikan tambahan konsep – konsep kreatif yang lebih menarik.

