

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil laporan pembuatan iklan visit Yogyakarta 2016, penulis dapat mengambil kesimpulan, antara lain sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan memerlukan tiga tahapan penting yaitu Tahap Pra Produksi, Tahap Produksi, dan Tahap pasca produksi.
2. Iklan visit Yogyakarta 2016 ini dibuat untuk memberikan informasi dan penjelasan tentang objek wisata Yogyakarta yang belum banyak diketahui masyarakat. Di dalam iklan ini menjelaskan tentang keindahan objek wisata yang akan ditampilkan dalam iklan visit Yogyakarta 2016.
3. Iklan visit Yogyakarta yang dibuat memanfaatkan penggabungan teknik live shot dan motion graph.
4. Dapat menambah referensi atau ide-ide baru dalam pembuatan video periklanan.

5.2 Saran

1. Pembuatan iklan audio visual perlu dikembangkan, karena dengan mencapai informasi dengan media cetak seperti brosur ataupun reklame kurang menarik minat masyarakat, mereka lebih menarik dengan penyampaiannya yang lebih banyak dan informatif.
2. Manfaatkan media teknologi multimedia, untuk mendukung dalam hal penyampaian informasi sebagai promosi kepada masyarakat agar informasi yang disampaikan informasi dan lebih banyak.

