

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil laporan “Perancangan Iklan TV Untuk Mempromosikan Tempat – Tempat Pariwisata Kabupaten Kulon Progo” penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan iklan televisi harus melalui 3 tahap yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.
 - a. Pada tahap praproduksi dihasilkan perencanaan secara baik sebelum proses produksi dengan mempelajari naskah, storyboard dan menganalisa teknik produksi yang dituang pada storyboard dan syuting schedule, pada tahap produksi proses syuting dilakukan pencahayaan diatur dan kamera dipilih yang menghasilkan video hasil syuting dengan durasi 1 menit 40 detik membutuhkan waktu syuting 1 hari
 - b. Pada tahap pascaproduksi setelah proses editing dan rendering video selesai maka dihasilkan berupa video iklan Perancangan Iklan TV untuk Mempromosikan Tempat – Tempat Pariwisata Kabupaten Kulon Progo dengan Durasi 1 menit 40 detik.

2. Pada tahap analisis SWOT yang telah dilakukan telah menunjukkan letak permasalahan yang dialami oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo adalah kurangnya promosi keluar daerah dan letak yang bukan

merupakan tujuan wisata kemudian di jabarkan strategi terhadap permasalahan yang timbul serta uji kelayakan sistem baru.

5.2 Saran

Dengan laporan Skripsi ini, diharapkan dapat menjadi referensi, wawancara dan wawasan bagi pembaca maupun peneliti ilmiah yang akan mengambil tema yang sama yaitu multimedia periklanan televisi ataupun seputar ilmu desain komunikasi visual dikemudian hari. Penulis sangat menyadari bahwa dalam pembuatan iklan maupun laporan ini masih banyak terdapat kekurangan yang sudah selayaknya dapat menjadi bahan pertimbangan dan bahan pemikiran oleh pengembang selanjutnya sehingga menjadi lebih baik.

Beberapa saran yang ingin penulis sampaikan antara lain:

1. Periklanan televisi yang baru saja selesai dibuat ini masih bisa dikembangkan antara lain pada bagian effectnya sehingga akan menjadi lebih menarik dan mudah diingat oleh penonton.
2. Dapat menjadi batu loncatan dan bahan pertimbangan bagi pengelola Tempat-tempat pariwisata Kabupaten Kulon Progo untuk terus mencari metode baru yang lebih baik lagi dalam mengembangkan usahanya, yaitu menarik wisatawan.
3. Bagi para pengembang periklanan selanjutnya, ada baiknya menaruh perhatian lebih pada kualitas iklan itu sendiri selain selalu terfokus pada efektif dan efisiensinya suatu periklanan.

Akhir kata, semoga pembuatan laporan ini dapat bermanfaat bagi semua