**BAB V**

**PENUTUP**

**5.1 Kesimpulan**

Berawal dari permasalahan kurangnya media promosi tentang wisata Pantai Kabupaten Malang. Video promosi ini dirancang untuk mempromosikan wisata pantai yang ada di Kabupaten Malang menggunakan teknik sinematografi. Didalam perancangan ini mengunakan metode perancangan design thinking. Yaitu dimulai dari tahap empathise untuk mendapatkan pemahaman tentang masalah dengan melihat data-data yang terkait dari sumber Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang dan beberapa narasumber melalui wawancara.

Lalu ke tahap Define  mengumpulkan ide-ide, dan menentukan apa solusi dari permasalahan tersebut. Kemudian tahap Ideate, pada tahap ini perancang mengembangkan sebuah ide dengan membuat sebuah konsep *“the hidden south paradise*”, synopsis, dan storyboard video. Pada tahap prototype video yang telah diambil dilokasi pantai dilakukan tahap editing dengan menggabungkan antar *footage* serta sound effect, dan background music yang sesuai. Ketahap terakhir yaitu test, video berdurasi 2.53 ini final video yang telah diuji coba dengan target audien yang telah ditentukan. Video promosi yang dibuat memperoleh rata-rata penilaian angka 9-10 dari responden sebagai indikator ”Baik Sekali” dinilai dari aspek visual, aspek audio, kesesuaian informasi dengan tema ”South Hidden Paradise” dan kesesuaian media pendukung.

Dari hasil penilaian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa video yang sudah dibuat dapat dijadikan sebuah media promosi yang efektif bagi responden yang belum pernah mengunjungi pantai di Kabupaten Malang sehingga memiliki keinginan untuk berkunjung kesana. Melalui Teknik sinematografi yang digunakan penulis, mampu memberikan keunikan tersendiri pada video promosi ini, sinematografi lebih menitikberatkan pada rekaman momen yang kemudian menghasilkan objek bergerak. Teknik sinematografi mampu memberikan kesan hidup dan bercerita pada video promosi pantai di Kabupaten Malang seperti pada film. Audien memberikan penilaian dengan rata-rata 10 (baik sekali) pada aspek kesesuaian informasi dengan tema “South Hidden Paradise” yang berarti cerita atau maksud dalam video ini sampai di benak audien dan mendapatkan respon yang baik.

Dari hal tersebut, diharapkan melalui video promosi ini dapat menunjang potensi wisatawan yang mengunjungi wisata Pantai Kabupaten Malang.

**5.2 Saran**

 Hasil visual video promosi dan tulisan yang dihasilkan penulis dirasa masih dapat diperbaiki baik secara kualitas. Hal ini dikarenakan terbatasnya waktu dalam pengambilan *scene* gambar dan video serta sulitnya pengambilan moment-moment penting seperti *surfing* dikarenakan cuaca yang tidak menentu. Selain itu, diperlukan motion grafis untuk menambahkan element video menjadi lebih menarik.