

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Perancangan media video iklan dilakukan dengan perencanaan yang matang dan terstruktur, dimulai dari mengidentifikasi masalah, analisis terkait Pesona Nirwana Waterpark, pengumpulan data relevan, hingga eksplorasi mengenai teori identitas visual dan warna. Proses ini memastikan bahwa video iklan yang dibuat tidak hanya menarik untuk dilihat, tetapi terdapat pengenalan informasi serta ajakan dengan cara secara singkat, dan jelas.

Setelah perancangan video iklan, pengaplikasian media-media tambahan untuk *merchandise*. Langkah ini dapat memperluas jangkauan *waterpark*, sebab media yang diimplementasikan dengan video iklan yang jelas dapat berfungsi sebagai alat promosi, meningkatkan citra dan dapat menjadi pengenalan kembali terhadap apa yang di tawarkan *waterpark*. Dengan demikian, citra *waterpark* dapat meningkat melalui video iklan baru terkonsep dan diaplikasikan pada berbagai media.

V.2. Saran

Perancangan promosi wisata air Pesona Nirwana Waterpark melalui media video iklan, terkait dengan penyebaran informasi kepada masyarakat Soreang dapat berpotensi mengingatkan kembali wahana dan fasilitas yang disediakan *waterpark* sehingga dapat meningkatkan kembali populasi pengunjung, dengan menggunakan poin-poin berikut:

- a. Melakukan observasi mengenai fasilitas dan wahana yang ditawarkan terlebih dahulu
- b. Membandingkan video iklan yang dirancang dengan video iklan yang bergerak dibidang wahana air.
- c. Pengenalan di berbagai media untuk meningkatkan kembali populasi serta pengenalan kembali apa yang ditawarkan dari mulai fasilitas dan wahana yang ditawarkan Pesona Nirwana Waterpark.