

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan dan hasil yang dicapai, dapat disimpulkan bahwa *video mapping* sebagai media promosi pariwisata mampu menjadi solusi visual yang efektif dan inovatif dalam memperkenalkan ikon-ikon wisata Kota Semarang. Melalui pendekatan desain komunikasi visual, perancangan ini menjawab rumusan masalah yang diajukan, yaitu bagaimana merancang elemen visual yang mampu mengangkat karakter objek wisata secara menarik, serta bagaimana strategi visual tersebut dapat digunakan secara efektif dalam menyampaikan pesan budaya dan sejarah kota.

Proses perancangan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, dengan menggabungkan elemen grafis seperti ilustrasi, tipografi, warna, audio, dan *motion graphic*, serta menerapkan strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dalam membangun pengalaman visual yang imersif dan komunikatif. Hasilnya berupa karya *video mapping* yang tidak hanya menarik secara estetika, namun juga informatif dan edukatif, menjadikan media ini sebagai jembatan antara teknologi dan pelestarian budaya lokal.

Secara teoritis, perancangan ini menunjukkan bahwa *video mapping* berpotensi memperkaya promosi destinasi wisata melalui *storytelling* visual berbasis teknologi digital. Secara praktis, media ini memberikan alternatif baru dalam promosi pariwisata yang interaktif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan media promosi kreatif lainnya, serta menjadi kontribusi nyata dalam mendukung peningkatan daya tarik wisata Kota Semarang dan kota-kota lain di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan dan proses yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut:

1. Pemanfaatan Teknologi

Perancangan *video mapping* ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan teknologi *augmented reality (AR)* atau *interactive mapping*, agar pengalaman pengguna menjadi lebih imersif dan menarik bagi generasi digital.

2. Ekspansi Konten Visual

Visualisasi ikon wisata Kota Semarang yang diangkat dalam karya ini masih terbatas pada beberapa lokasi utama. Untuk ke depannya, sebaiknya cakupan konten diperluas agar mencakup lebih banyak objek wisata lain yang juga memiliki potensi sejarah dan budaya tinggi.

3. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Pelaku Wisata

Disarankan agar hasil karya ini dapat dikolaborasikan bersama Dinas Pariwisata Kota Semarang atau pelaku industri kreatif lokal, sehingga implementasi media promosi ini dapat diterapkan secara nyata di ruang publik.

4. Pengujian dan Umpan Balik Pengguna

Diperlukan uji coba lebih lanjut dan pengumpulan umpan balik dari audiens untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian pesan budaya melalui *video mapping*, agar hasil desain dapat terus disempurnakan.