

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah menempuh proses perancangan, dapat disimpulkan bahwa *customer validation* merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh para pelaku *Startup* sebagai upaya validasi apakah produk yang ingin diciptakan diperlukan oleh pasar. Sayangnya, kurangnya media edukasi mendukung yang menjelaskan mengenai *customer validation* mengakibatkan banyak pelaku *Startup* yang senang berasumsi sendiri dalam mengembangkan produk atau jasa *Startup* nya sehingga banyak inovasi yang akhirnya tidak dibutuhkan masyarakat. Karena itu, 95% *Startup* di Indonesia diprediksi gagal oleh pemerintah serta pelaku dan ahli dunia *Startup* yang penulis wawancarai. Upaya pemerintah dalam menangani hal tersebut adalah menghimbau dibangunnya inkubator *Startup* agar para pemula *Startup* dapat menempuh proses pembangunan *Startup* yang strategis, termasuk proses *customer validation*. Namun, jumlah inkubator di Indonesia tidaklah cukup untuk menampung seluruh peminat pembangun *Startup*.

Agar informasi ini dapat efektif memecahkan masalah, penyebaran informasi ini sebaiknya menargetkan mahasiswa karena masih memiliki waktu dan kemampuan untuk belajar. Dari itu, diperlukan media informasi yang menjelaskan mengenai *customer validation* dengan format dan media yang mudah diserap oleh peminat *Startup* kalangan mahasiswa. Dari itu, penulis menentukan media yang akan dirancang memiliki format *motion graphic* dan akan disebarakan pada *platform*

Youtube karena *Youtube* adalah media sosial dengan penetrasi pengguna internet terbesar pada tahun 2020 hingga 2021. Banyaknya *channel* edukasi berbasis *motion graphic* pada *Youtube* juga mendukung pertimbangan penulis dalam pemilihan format dan media.

Menurut ahli, edukasi *customer validation* sebaiknya dijelaskan menggunakan metodologi *Lean Startup* karena merupakan fundamental dari *customer validation* sendiri. Hal tersebut juga didukung oleh observasi partisipatoris penulis dalam program inkubasi Skystar Ventures *batch 7* dimana peserta diajarkan mengenai *customer validation* menggunakan teori *Lean Startup*. Penulis juga mempelajari mengenai studi kasus penerapan *Lean Startup* pada *Startup Hellobeauty* yang merupakan *platform* pencarian *beauty artist* ternama melalui wawancara bersama Dennish Tjandra selaku *founder*.

Dalam perancangan karya, penulis menggunakan metodologi oleh *freeman* yang terdiri dari tahap *pre-production*, *production*, dan *post production*. Agar informasi dapat tersampaikan dengan maksimal, konsep yang digunakan harus mendukung. Dari itu, penulis menggunakan konsep minimalis dengan analogi sederhana agar mudah dipahami oleh mahasiswa. *Tone of Voice* yang digunakan adalah *smart*, *fluid*, dan *inspirational* agar karya memiliki *look & feel* yang modern dan menarik kalangan mahasiswa. Dari itu, gaya grafis yang penulis gunakan untuk karya adalah *flat design* karena bersifat minimalis dan fungsional. Penulis juga mempergunakan karakter dalam *motion graphic* sebagai instrumen penyampaian informasi yang efektif serta dapat menciptakan hubungan emosional. Proses pemberian pergerakan pada karakter maupun elemen grafis lainnya beracuan pada

12 prinsip *motion graphic* yang merupakan peraturan universal dalam dunia animasi maupun media *motion* lainnya. Karena *motion graphic* berbasis *graphic design*, penulis menggunakan prinsip komposisi seperti *balance*, *contrast*, dan *figure-ground* sebagai acuan *layout* elemen grafis.

Berdasarkan penjabaran proses perancangan, agar perancangan *motion graphic* dapat memenuhi fungsinya maka diperlukan riset serta pencarian inspirasi yang jelas agar konsep sesuai dengan tujuan dan target perancangan. *Look & feel* karya juga sangat penting untuk diperhatikan karena mempengaruhi pemilihan warna, karakteristik, serta penggunaan elemen grafis. Setiap karakter harus memiliki perbedaan yang jelas agar audiensi dapat mengidentifikasi setiap karakter dengan cepat. Dengan adanya karya ini, penulis berharap dapat membantu mengedukasi para pelaku *Startup* Indonesia mengenai *customer validation* sehingga dapat membangun *Startup* dengan resiko yang lebih rendah.

5.2. Saran

Setelah menempuh keseluruhan proses perancangan *motion graphic*, penulis menyimpulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saat mengumpulkan data disarankan peneliti mengumpulkannya dari sumber yang kredibel seperti wawancara pihak ahli, data statistik resmi, teori dari buku, berita, atau observasi langsung pada tempat yang berhubungan dengan topik.
2. Dalam perancangan *motion graphic*, selain mempertimbangkan segi visual sebaiknya perancang juga mempertimbangkan segi aural yang berasal dari penggunaan audio dan *sound effect* sehingga dapat menciptakan *mood* yang diinginkan.
3. Perancangan tugas akhir dengan karya *motion graphic* sebaiknya mengacu pada 12 prinsip *motion graphic* agar penyampaian informasi dapat tercapai secara maksimal. Maksud dan tujuan setiap gerakan harus mudah untuk dimengerti oleh target perancangan.
4. Untuk Universitas Multimedia Nusantara, hendaknya mencantumkan sitasi sumber teori yang diajarkan pada setiap kelas sehingga mahasiswa dapat mengimplementasikan teori tersebut pada tugas akhir.